



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**Plan Estratégico y Rentabilidad de la Empresa de Transportes Ju
& Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO**

AUTORA:

Esquén Ordoñez, Liliana Melina (ORCID: 0000-0002-6095-5904)

ASESORA:

Dra. Alvarado Cáceres, Elena Jesús (ORCID: 0000-0001-5532-860X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LIMA — PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedicarle esto principalmente a Dios, también a mi hija (Camila) y mi esposo (Miguel) por darme el aliento constante en los momentos que necesitaba de su apoyo y permitirme haber llegado a este momento tan importante en mi vida profesional

Agradecimiento

Un agradecimiento especial a todas las personas que se han involucrado en esto, sin embargo, merece el agradecimiento especial mi esposo que con esfuerzo y dedicación me ayudó a culminar mi carrera universitaria y me dio el soporte suficiente para no decaer cuando todo parece complicado e imposible.

Índice de contenidos

| | |
|--|------|
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Índice de contenidos | v |
| Índice de tablas | vi |
| Índice de figuras | vii |
| Resumen | viii |
| Abstract | ix |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 5 |
| III. METODOLOGÍA | 16 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación | 16 |
| 3.1.1. Tipo de investigación | 16 |
| 3.1.2. Diseño de investigación | 17 |
| 3.2. Variables y operacionalización | 18 |
| 3.3. Población y muestra | 22 |
| 3.3.1. Población. | 22 |
| 3.3.2. Criterios de selección. | 22 |
| 3.3.3. Unidad de análisis | 22 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 22 |
| 3.4.1. Técnica. | 22 |
| 3.4.2. Instrumento | 22 |
| 3.5. Procedimiento | 23 |
| 3.6. Método de análisis de datos | 23 |
| 3.7. Aspectos éticos | 23 |
| IV. RESULTADOS | 25 |
| 4.1. Análisis descriptivo | 25 |
| 4.2. Análisis Inferencial | 30 |
| V. DISCUSIÓN | 35 |
| VI. CONCLUSIONES | 40 |
| VII. RECOMENDACIONES | 41 |
| REFERENCIAS | 42 |
| ANEXOS | 48 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Operacionalización de la variable Planeamiento Estratégico | 19 |
| Tabla 2 Operacionalización de la variable: Rentabilidad | 21 |
| Tabla 3 Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk de las puntuaciones generales de los cuestionarios de plan estratégico y rentabilidad. | 30 |
| Tabla 4 correlación entre la variable plan estratégico y la rentabilidad | 31 |
| Tabla 5 Correlación entre la dimensión formulación y la variable rentabilidad | 32 |
| Tabla 6 Correlación entre la dimensión implementación y la variable rentabilidad | 33 |
| Tabla 7 Correlación entre la dimensión evaluación y control y la variable rentabilidad | 34 |

Índice de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1. Esquema de planeación estratégica según el autor Fred David | 11 |
| Figura 2. Benéficos de las empresas que realizan planeación estratégica | 11 |
| Figura 3. Proceso estratégico según Wheelen y Hunger | 13 |
| Figura 4. Esquema de la evolución de la planeación estratégica en el tiempo | 14 |
| Figura. 5 Niveles de percepción de la variable plan estratégico | 25 |
| Figura 6. Niveles de percepción de la variable rentabilidad | 26 |
| Figura 7. Niveles de percepción de la dimensión formulación | 27 |
| Figura 8. Niveles de percepción de la dimensión implementación | 28 |
| Figura 9. Niveles de percepción de la dimensión evaluación y control | 29 |

Resumen

La presente investigación tuvo por objetivo, determinar la relación entre el plan estratégico y la Rentabilidad, se trabajó bajo una metodología de tipo básica, con diseño no experimental, correlacional, descriptivo, de corte trasversal. La muestra estuvo representada por 20 trabajadores de las áreas de gerencia, administración, contabilidad, logística, recursos humanos, mantenimiento y operaciones de la empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C.; el instrumento que se utilizó para medir la variable plan estratégico fue de Vicente y para la variable rentabilidad se utilizó el cuestionario de Javier. Los resultados demuestran que el 60.00% de los trabajadores percibieron al Plan Estratégico en un nivel bueno y a la rentabilidad con 65% de nivel bueno. Así mismo se evidencia una relación positiva alta, fuerte o considerable ($r=0.769$, $p<.05$), Concluyendo que el Plan Estratégico se relaciona significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021

Palabras claves: plan estratégico, rentabilidad, formulación, implementación, evaluación y control

Abstract

The objective of this research was to determine the relationship between the strategic plan and Profitability, it was worked under a basic type methodology, with a non-experimental, correlational, descriptive, cross-sectional design. The sample was represented by 20 workers from the areas of management, administration, accounting, logistics, human resources, maintenance and operations of the company Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C.; The instrument used to measure the strategic plan variable was Vicente's and Javier's questionnaire was used for the profitability variable. The results show that 60.00% of the workers perceived the Strategic Plan at a good level and profitability with 65% at a good level. Likewise, a high, strong or considerable positive relationship is evidenced ($r = 0.769$, $p < .05$), concluding that the Strategic Plan is significantly related to the Profitability of the Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021

Keywords: strategic plan, profitability, formulation, implementation, evaluation and control

I. INTRODUCCIÓN

El plan Estratégico es la herramienta administrativa, la cual se transforma en guía de la dirección para tomar decisiones estratégicas efectivas logrando la obtención de los objetivos deseados por las empresas la cual incluye mejorar la rentabilidad. Según Armijo (2011) la planificación Estratégica, (PE), es un método de gestión que puede ser utilizada por las organizaciones para guiarse, consecuentemente contar con un soporte cuando se tenga que tomar decisiones en el quehacer actual, además de los pasos a tomar en el futuro para enfrentar positivamente los cambios que exigen e imponen los escenarios del entorno y proveer de manera eficiente bienes y/o servicios de calidad. Martínez y Milla (2012) señalan al Plan Estratégico, como un documento cuya elaboración servirá como guía y de esta forma plantearse las interrogantes que se identifiquen en la organización, de la manera de ejecutar las cosas y fijar pautas en función al posicionamiento vigente y el que se desea lograr. Sainz (2015) considera al Plan Estratégico como una herramienta en la cual el personal responsable de la organización toma en consideración las decisiones importantes y valiosas, adoptadas en el presente, proyectándose a largo plazo (tres años), logrando ser una empresa más competitiva y consecuentemente cumplir con las expectativas de los grupos de interés (stakeholders). Chiavenato y Sapiro (2017) señalan que el objetivo primordial de la planeación Estratégica es determinar y establecer las bases que se requieren para permitir a las organizaciones dirigir y perdurar, inclusive antes las condiciones dinámicas, variables entorno a los negocios que cada día son más adversas e imprevistas. Actualmente las organizaciones triunfantes son las que poseen la suficiencia de adecuarse y ajustarse oportunamente al procedimiento constante de cambios que se registra en el mundo dinámico y competitivo de los negocios. El éxito mejorará a medida que consigan anticipar los cambios de forma responsable y efectiva, así mismo brindar la innovación precisa para la mejora continua del patrón de vida de la sociedad, pero, ¿cómo se logrará esto? con una planeación estratégica. Además, Contreras y Díaz (2015) refieren que la rentabilidad es la diferencia que se obtiene de los ingresos menos los gastos, así como la ganancia que resulta de la inversión realizada, he aquí donde la gestión empresarial juega un papel importante, y esto será reflejado en sus ventas, activos y capital de la empresa. Así mismo, Santos (2016) menciona

a la rentabilidad como la habilidad para producir utilidad o ganancia en base a la inversión realizada, esta hace una medición de la utilidad e inversión que se hizo para lograrlo; así la rentabilidad será el resultado que se obtenga del proceso productivo de la empresa.

Actualmente existen diversas empresas en el mercado Nacional que reconocen la importancia de trabajar en base a un plan estratégico, y que este tenga como función encaminar a la organización hacia la meta deseada, las empresas llevan a cabo un plan estratégico y así lograr desarrollar competitividad y rentabilidad en el mercado, teniendo en cuenta los factores externos e internos que influyen de manera directa.

Según Ore, Olortegui y Ponce (2020) mundialmente, la planificación estratégica se considera un procedimiento estructurado y organizado por el cual se implementan y ejecutan una serie de actividades secuenciales que impactan positivamente sobre las decisiones tomadas por la empresa; para lo cual, se analiza datos internos y externos relevantes, que muestran la realidad del entorno económico actual, para elaborar un diagnóstico del estado situacional de la organización, definiendo el grado de competitividad buscando anticipar todo cambio futuro y tomar las decisiones que sean las más favorables para la empresa.

Desde la posición de Santos et ál. (2016) a nivel nacional se ha visto necesario la implementación de un planeamiento estratégico dinámico y eficaz, que establezca un factor fundamental en la competitividad de nuestro país, no obstante, por algunos factores determinantes un gran número de empresas no cuentan con un planeamiento estratégico lo cual tiene como resultado el no estar preparados para afrontar los nuevos retos en el ámbito de los negocios y la tecnología que avanza a gran paso.

En la opinión de Marchena (2018), en nuestro país son cada vez más las empresas que buscan medios y alternativas que favorezcan la competitividad, es por ello que efectúan alguna clase de planeación, siendo este uno de los preferidos, debido a que ayuda a los responsables de las empresas a ver su futuro y desarrollar procedimientos y acciones importantes para conseguirlo. La planeación estratégica es fundamental para una correcta marcha de la empresa porque por medio de ella,

se prevén los imprevistos y cualquier cambio que se presente a futuro dentro de la empresa, disponiendo medidas necesarias para enfrentarlas.

La empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C., dedicada al transporte de carga por carretera quien tiene como mercado principal Lima y otras ciudades del país, se mantiene en el mercado pese a la alta competitividad del rubro, con posibilidad de mejorar considerablemente su rentabilidad a través del plan estratégico, y así lograr eficientes estrategias de ventas, manejo de clientes, calidad de servicio y una mejor comunicación interna. Ante lo descrito se plantea el siguiente problema ¿De qué manera el Plan Estratégico se relaciona con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021?

Siendo la justificación práctica determinar el grado de relación entre el plan estratégico y la rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021, con la finalidad de detectar posibles errores que se estén dando al momento de la toma de decisiones. Estableciendo estrategias que ayuden a la empresa a seguir creciendo en el mercado nacional. Como justificación teórica es necesario mencionar que un adecuado desarrollo del plan Estratégico contribuirá con mejoras en la rentabilidad de la empresa, debido que se podrá realizar un estudio detallado de las fortalezas y debilidades que presente la empresa y centrándose en ello elaborar las estrategias que conlleven al objetivo. En lo que refiere a la justificación metodológica el presente estudio es relevante ya que medirá el grado de relación que tiene el plan estratégico en la rentabilidad de la empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021, de conformidad con los objetivos.

A partir de ello se estableció el objetivo general el cual fue: Determinar de qué manera el Plan Estratégico se relaciona con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021 y como objetivos específicos: determinar de qué manera la formulación se relaciona con la rentabilidad, determinar de qué manera la implementación se relaciona con la rentabilidad y determinar de qué manera la evaluación y control se relaciona con la rentabilidad.

Siendo la Hipótesis General: El Plan Estratégico se relaciona significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021 y como hipótesis específicas: La formulación se relaciona

significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021; La implementación se relaciona significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021 y la evaluación y control se relaciona significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021

II. MARCO TEÓRICO

El plan Estratégico, es el instrumento del cual, a partir de la misión, diagnóstico estratégico y la visión, se traslada desde el presente hacia el futuro deseado y alcanzable en una línea de tiempo establecido. (Banguero, Carrillo y Aponte, 2018).

La rentabilidad es la relación porcentual que refleja las ganancias obtenidas de la inversión realizada en un determinado periodo de tiempo. Es la correlación que existe entre los ingresos y los gastos. (Córdoba, 2012).

Entre los antecedentes Internacionales tenemos a Cruz, Cubias y Hernández (2015), quienes en su investigación tuvieron como objetivo elaborar un plan estratégico de mercadotecnia para incrementar ventas en la empresa de Transporte Ricardo Ballesteros S.A. de C.V.; afirmando que el problema se genera por la falta de estrategias definidas por parte de la administración, Obteniendo como resultado que el plan estratégico sería la herramienta correcta para conseguir los objetivos que se plantea la empresa. Concluyendo que el mismo beneficiará a la empresa de transportes de carga aprovechando las oportunidades del mercado cambiante e implementado información útil para fortalecer la calidad del servicio a sus clientes por ende potenciar sus ventas. Esta investigación es relevante porque nos permite reforzar la idea del plan estratégico de mercadotecnia a su vez servirá como guía para las empresas cuya necesidad sea la misma que el tema en estudio. Sánchez (2015), quien en su estudio tuvo como objetivo ayudar al desarrollo del negocio para aumentar las ventas y rentabilidad, a través del plan estratégico de marketing, afirmando si bien es cierto en sus 10 años en el mercado, ha permitido generar ganancias y hacerse conocidos en el sector donde realizan sus labores, sin embargo el crecimiento experimentado ha sido desordenado, no habiendo ningún control o planificación previa, llegando a concluir que con un adecuado plan estratégico de marketing tendrán mejores resultados, proponiendo estrategias para aprovechar las oportunidades que brinda el sector y hacer conocer las fortalezas de la empresa. Esta investigación es relevante porque nos aporta información valiosa para tener en cuenta en nuestro trabajo de investigación. Colmont & Landaburu (2014), señalan que principal objetivo de su investigación es realizar un plan estratégico de marketing para el crecimiento de las ventas. Obteniendo como

resultado considerar como punto clave para el desarrollo del plan, competir de forma efectiva buscando nichos de mercado para aumentar su cuota, fijar precios competitivos, contar con excelentes beneficios y ofertas para sus clientes, campañas publicitarias para captar nuevos clientes. concluyendo en la importancia de la planificación estratégica para poder concretar los objetivos empresariales y conseguir los resultados deseados. Este estudio tiene relevancia porque servirá como guía para las empresas que tengan la intención de implementar un plan estratégico de marketing y encontrar oportunidades de crecimiento obteniendo ventajas competitivas. Jaramillo y Gonzáles (2015), en su investigación relacionada con el diseño de planeación estratégica basada en la herramienta practica y gerencial Balanced Scorecard (BSC), cuyo objetivo principal fue generar indicadores de control efectivo, que permitiera tomar decisiones oportunas y elevar la satisfacción de sus clientes. Obteniendo como resultado que el plan estratégico es guía fundamental para la implementación y ejecución de estrategias las cuales harán que exista una mejor coordinación de las actividades necesarias que permitan un adecuado control y evaluación de resultados. Concluyendo que para obtener una postura adecuada en futuro debe orientar sus esfuerzos en estrategias definidas las cuales corresponden liderar en el mercado nacional, contar con personal calificado, satisfacer al cliente, mejorar continuamente sus procesos, ser una empresa segura y confiable. Esta investigación tiene relevancia al demostrar el gran impacto que genera la ejecución de un plan estratégico respecto a la rentabilidad empresarial. Ibarra (2014), quien en su investigación tuvo como objetivo desarrollar una forma de planeación estratégica que logre definir a través de acciones concretas el éxito de la empresa. Obteniendo como resultado que al elaborar el plan estratégico posibilita que los dueños del negocio tengan una visión amplia y precisa de lo que desean y cómo deberán lograrlo, mediante la toma de decisiones eficientes. Concluyendo que al implantarse esta propuesta y estando debidamente evaluado, contribuirá a la mejora de la gestión empresarial. Esta investigación es relevante porque nos permite reforzar la importancia del plan estratégico, el cual requiere ser comunicado y conocido por todos los niveles de la organización siendo la manera de poner en acción la visión de futuro al que se pretende llegar. Entre los antecedentes Nacionales tenemos a Santos et ál. (2016), quien en su investigación tiene como principal objetivo desarrollar un plan estratégico aprovechando las expectativas de desarrollo y el auge económico,

obteniendo como resultado que el plan estratégico traerá grandes beneficios que posibilitan el incremento de la rentabilidad. concluyendo que es la herramienta fundamental, que favorece la gestión empresarial. Esta investigación es relevante porque permitirá según sus resultados mejorar de forma significativa el estado actual de la empresa enfrentado los cambios económicos-financieros que se presenten. Pérez (2018), en su investigación relacionada con una propuesta de plan estratégico para incrementar la rentabilidad, el objetivo es determinar si es factible para obtener una mejor rentabilidad, Obteniendo como resultado que en la empresa existe un escaso compromiso por parte de los trabajadores, esto por desconocimiento de la misión y visión, pudiendo ser corregida a través del plan estratégico generando así beneficios en la empresa y hacerla más rentable. concluyendo que la ejecución del plan estratégico permitirá contar con las herramientas para el desarrollo y logro de objetivos de manera organizada y eficiente. Esta investigación es relevante porque permitirá que el plan estratégico corrija puntos débiles y consecutivamente lograr el desarrollo de los objetivos de la empresa. Marchena et ál. (2018), en su estudio tiene como principal objetivo diseñar el plan estratégico a largo plazo con un enfoque a nivel estructural, Obteniendo como resultado un alto grado de correlación existente entre el plan estratégico y la rentabilidad de la empresa. concluyendo que el diseño del plan estratégico obliga a los directivos a observar el planeamiento desde un punto de vista más amplio, apuntando hacia los objetivos principales de manera que las acciones diarias de los empleados los aproximen cada vez más a las metas propuestas y por ende mejorar su rentabilidad. Esta investigación es relevante por ser una herramienta valiosa a seguir la cual podrá ser aplicada tanto por pequeñas y medianas empresas del sector transporte. Vicente (2018), en su investigación que tiene como objetivo determinar la relación existente entre el plan estratégico y la rentabilidad, obteniendo como resultado que todas las dimensiones del plan estratégico tienen relación directa y significativa con la variable rentabilidad. concluyendo que la investigación demuestra un coeficiente de la Rho de Spearman de 0.924 y un nivel del 0.00 bilateral. Esta investigación es relevante porque permitirá demostrar la eficacia del planeamiento estratégico en futuras investigaciones. Blas (2019), en su investigación que tiene como finalidad precisar de qué manera el planeamiento estratégico, mejora la rentabilidad. Obteniendo como resultado que ha permitido a la empresa orientarse hacia sus propósitos,

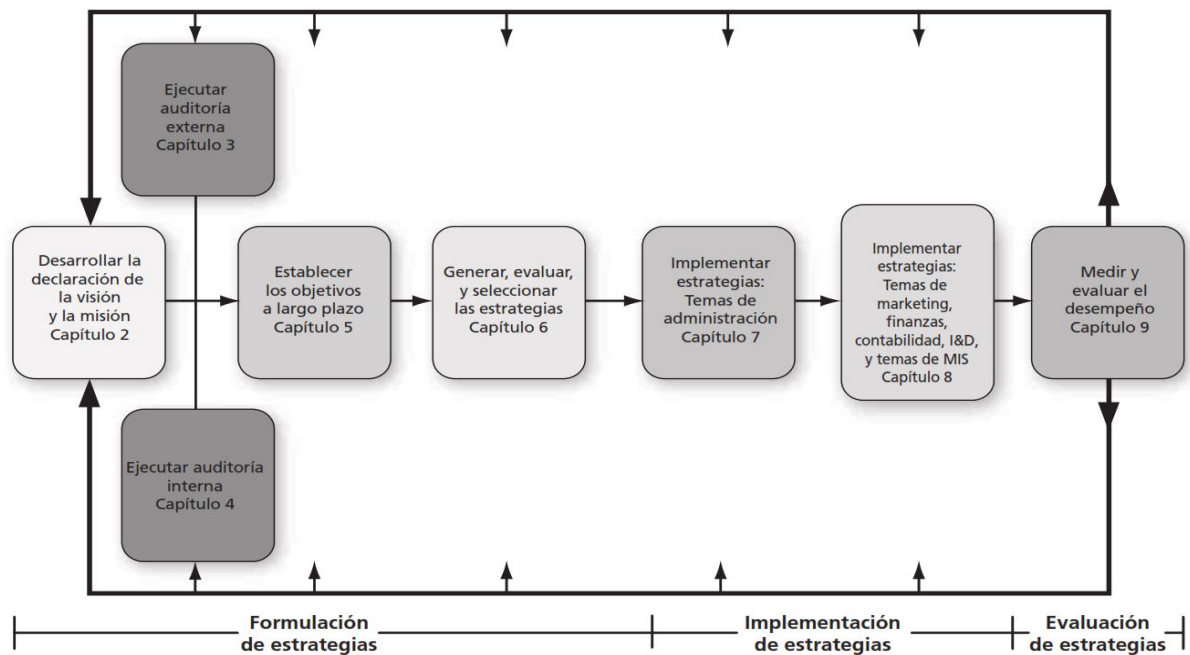
pues por la falta de este se encontraron deficiencias que no favorecían en la determinación de metas financieras y los objetivos a corto, mediano y largo plazo. concluyendo que a partir de la elaboración de un planeamiento estratégico en el periodo 2016 se obtuvieron resultados positivos, teniendo mayor control sobre la rentabilidad de la empresa. Esta Investigación comprueba la significancia de elaborar un plan estratégico el cual tiene un elevado impacto sobre la rentabilidad de las empresas. Wong (2019), señalan en su investigación como principal objetivo proponer un plan estratégico para mejorar la gestión empresarial, obteniendo como resultado que la empresa se desempeñaba a través de planes y ajustes en los costos para lograr resultados que la favorezcan en sus operaciones, sin embargo, esta carecía de un plan estratégico o manual de organización y funciones, el poco interés en la supervisión y control de algunos procesos los alejaban del logro de sus objetivos. concluyendo que la propuesta del plan estratégico es factible porque permitirá tener un mejor control de los procesos logrando obtener resultados favorables. Esta Investigación es relevante porque resulta clara la importancia de aplicar un plan estratégico que conlleve a la mejora continua de la gestión empresarial. Padilla (2019), en su investigación que tenía como finalidad determinar la relación existente entre el planeamiento estratégico y gestión empresarial, obteniendo como resultado de la Investigación que existe una correlación positiva alta de 0.740, con un nivel de significancia de 0.000. concluyendo que el planeamiento estratégico como herramienta en efecto permitirá garantizar una gestión empresarial adecuada. Esta Investigación es de suma importancia porque aportará conocimiento sobre el plan estratégico que contribuirá a la mejora de las estrategias empresariales.

En relación a las bases teóricas la planeación estratégica será aquella utilizada en el mundo de los negocios, la cual dio inicio en el año 1952 y surgió con más relevancia en los años 1960 y 1970, donde se le denominaba como la respuesta a todos los problemas empresariales, para el año 1980 su popularidad pierde fuerza considerablemente, debido a que diversos modelos de planeación no daban los resultados de ganancias esperados, sin embargo, en el siglo XXI esta vuelve a predominar. Goodstein, Nolan y Pfeiffer (1998), sostienen que la planeación estratégica es el proceso que conlleva a los responsables directos de una organización a adelantarse al futuro y desarrollar procedimientos, operaciones

para lograr los objetivos. D'Alessio (2008), afirma que el proceso estratégico es el desarrollo secuencial de actividades que se ejecutan dentro de una organización para alcanzar la visión, proyectándose en el futuro, para ello se hace un análisis externo e interno (situaciones presentes), y conseguir como resultado la formulación de estrategias, que serán los medios para encaminar a la organización en un determinado periodo de tiempo, dando así cumplimiento a los objetivos. Para ello se deberá responder las siguientes interrogantes: ¿cómo mejorar la calidad de atención hacia los clientes? ¿qué mejoras puedo implementar en la empresa? ¿de qué, manera puedo dar respuesta a las condiciones cambiantes del mercado? ¿Qué debo hacer para aprovechar las oportunidades presentadas? ¿de qué manera puedo lograr la ejecución de los objetivos estratégicos?; a través del desarrollo de un plan estratégico, las empresas pueden llegar a posicionarse de manera exitosa en el mercado logrando excelentes resultados en un futuro. El procedimiento estratégico tiene las siguientes características: Interactivo, por ser un proceso que comprende directamente al personal clave en organización e Interactivo, por ser el proceso que va realizando correcciones de acuerdo al desarrollo, de conformidad con las diferenciaciones percibidas (retroalimentación) por la alerta temprana y dar respuesta inmediata. Los objetivos del procedimiento estratégico, es dirigir la organización de su situación presente a la deseada (futuro), sin embargo, se necesita asumir un proceso de logro de objetivos: (a) productividad y competitividad, aquí se tiene la finalidad de registrar índices de desempeño positivos, que pongan en evidencia el empleo óptimo y eficiente de los recursos para conseguir excelentes niveles de competitividad en la organización, (b) ética y legalidad, esto conlleva a proceder de conformidad con las reglas que estipula la moral y la ley, (c) compromiso social, es donde la organización desarrollara labores en beneficio de su comunidad o país. Fajardo (2011), La Planificación Estratégica es un método gerencial, que orienta a la búsqueda de ventajas competitivas, formulación y desarrollo de estrategias. Según David (2013), sostiene que el plan estratégico es similar al trabajo de un equipo preparado para una competencia cuyo objetivo es lograr el triunfo, la organización, debe poner todo su esfuerzo para diseñar el plan estratégico y tener la oportunidad de enfrentar el reto con un resultado victorioso. Las empresas de la mayor parte de las industrias obtienen ganancias mínimas, por lo que el plan estratégico no debe permitir errores. El plan estratégico resulta del esfuerzo de determinar las mejores opciones de las muchas

alternativas identificadas y no tomar en consideración otros procedimientos de acción “menos deseables”. Así mismo menciona que el plan estratégico se constituye de tres etapas: formulación, implementación y evaluación. La formulación involucra un trabajo minucioso al desarrollar una misión y visión para la empresa así permitir establecer cuáles son oportunidades y amenazas externas existentes, para definir las fortalezas y debilidades propias de la organización que permitan fijar los objetivos a largo plazo, generando estrategias opcionales tomando las correctas porque de ello dependen las ventajas competitivas en el mercado; sean buenas o malas, las decisiones estratégicas tomadas traerán resultados significantes y efectos positivos en una organización. La implementación de estrategias exige a la organización fijar objetivos a través de periodos anuales, implantar políticas y programas de motivación a los colaboradores de la organización y asignar los medios económicos necesarios que permitan realizar las estrategias establecidas, elaborar una sólida estructura organizacional, redireccionar esfuerzos en el área de marketing, elaborar los presupuestos y relacionar el salario de los colaboradores al desempeño organizacional. Implementar la estrategia significa la movilización de colaboradores, directivos y de esta manera poner en marcha las estrategias formuladas, siendo la etapa más complicada del proceso de la administración estratégica, debido que requiere mucha disciplina, compromiso y sacrificio, ello dependerá de las habilidades de los directivos los que tendrán la ardua tarea de motivar a los empleados y conseguir los objetivos empresariales propuestos. La evaluación de estrategias viene a ser la etapa final es aquí donde los responsables directos necesitan saber con seguridad si ciertas estrategias no están marchando correctamente, pues todas ellas no están exentas a futuras modificaciones, lo que se debe al constante cambio en los factores externos e internos. La evaluación de estrategias está compuesta por tres actividades fundamentales: (1) realizar un examen de los factores externos e internos porque será determinante para formular las estrategias; (2) cuantificar el desempeño y (3) aplicar acciones correctivas.

Modelo de planeación estratégica según Fred David

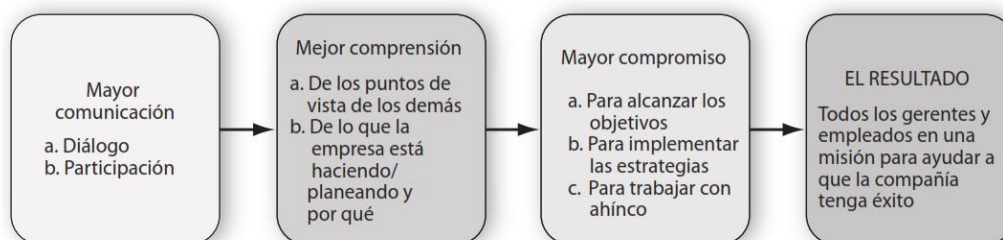


Fuente: David et ál (2013)

Figura 1. La ilustración muestra el esquema de planeación estratégica según el autor Fred David

David et ál (2013) indica que en diversas investigaciones las organizaciones que llevan a cabo planeación estratégica consiguen ser más rentables y exitosas a diferencia de las que no aplican este procedimiento, ello debido que muestran mejora importante en las áreas de ventas, rentabilidad y producción a diferencia de las que no llevan una planeación.

Beneficios de la planeación estratégica



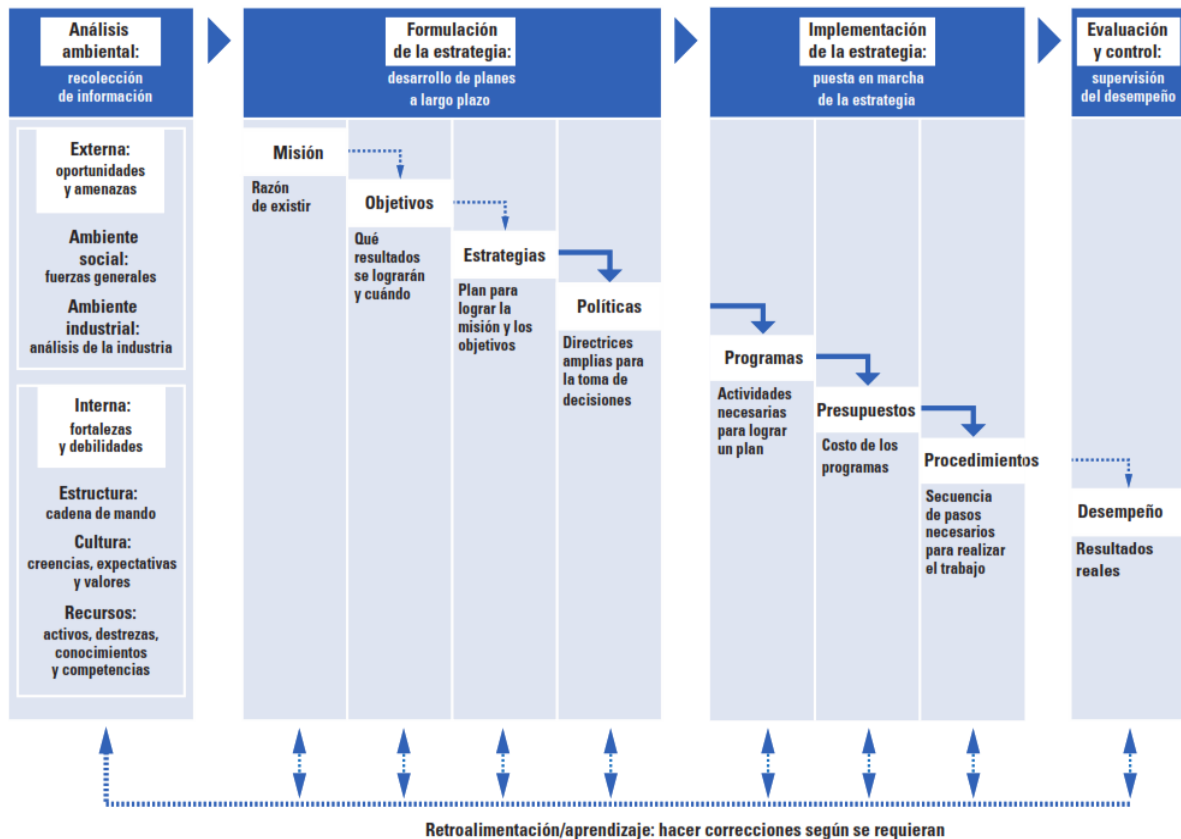
Fuente: David et ál (2013)

Figura 2. La ilustración muestra los beneficios de las empresas que realizan planeación estratégica

Contreras y Matos (2015), mencionan que el planeamiento estratégico estudia y analiza los cambios externos e internos que tienen influencia en la

conducta y funcionamiento en la organización para enfrentar las situaciones que se presenten, con fines de dar cumplimiento a los objetivos, así mismo señalan que el planeamiento estratégico es importante debido que mantiene un enfoque presente y futuro, consolidando los principios adquiridos en la visión, misión y estrategias, aumentando el desempeño en la organización, determinando de forma eficaz su rumbo, permitiendo innovación en la dirección y liderazgo, así mismo afrontar los problemas, cambios del entorno, mostrar las oportunidades y amenazas; la realización de la planificación estratégica trae consigo beneficios que tienen relación con la habilidad de gestionar eficientemente, liberando capital humanos y materiales. Mejora la productividad, obteniendo una mejor rentabilidad, favoreciendo la gestión empresarial uniendo esfuerzos y expectativas colectivas, contribuyendo con valores corporativos que muestran el esfuerzo integrado de todos los integrantes, máxima responsabilidad con la organización, excelencia en los servicios, desarrollo humano, innovación, comunicación y liderazgo. D'Alessio et ál (2008), hace mención que el proceso estratégico se compone de las siguientes etapas: La formulación es la etapa donde se establece la misión y visión, se identifican los aspectos positivos y negativos externos, se determinan las fortalezas y debilidades, se establecen objetivos a largo plazo, se crean estrategias alternas y se eligen las estrategias específicas a seguir. La implementación en esta etapa la empresa deberá fijar sus objetivos en periodos anuales, diseñará sus políticas, motivará a sus colaboradores y distribuirá los recursos de manera que se asegure la ejecución de las estrategias formuladas. Ello significa reunir a los colaboradores y jefes para poner en actividad las estrategias. La evaluación y control etapa final donde los gerentes necesitaran tener conocimiento si las estrategias están funcionando adecuadamente; siendo uno de los principales medios para extraer información relevante. Todas las estrategias estarán sometidas a modificatorias futuras debido al constante cambio en los factores externos e internos.

Etapas del proceso estratégico



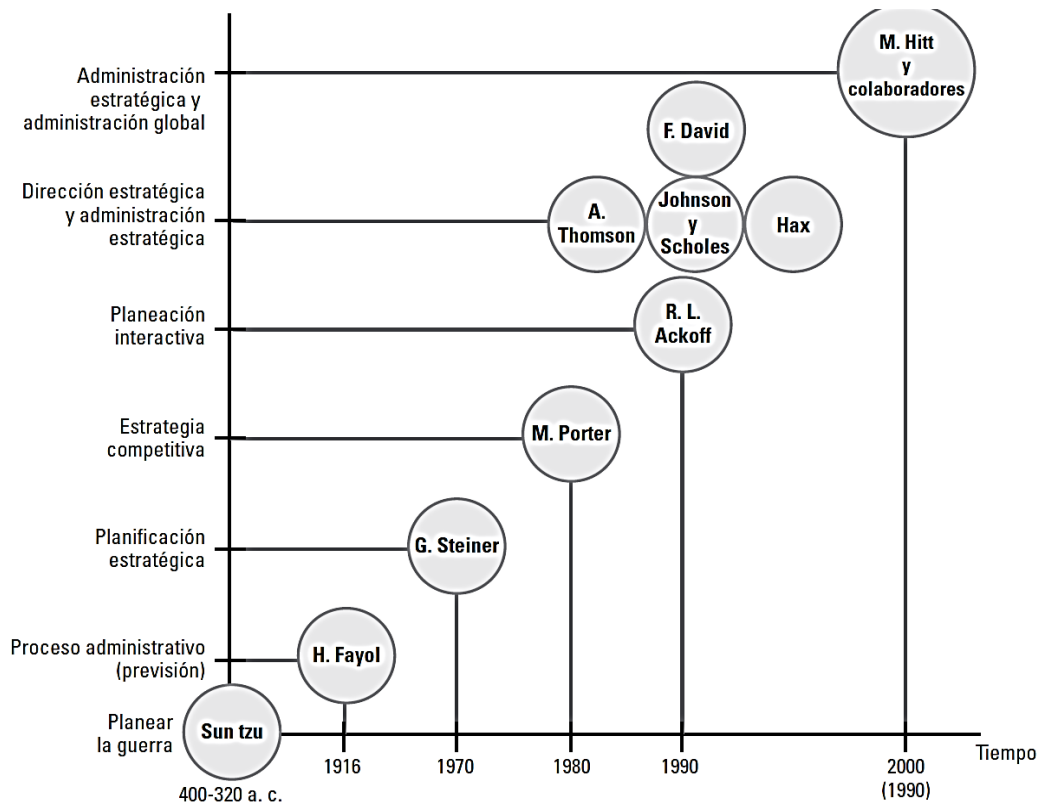
Fuente: Wheelen y Hunger et ál (2007)

Figura 3. En la ilustración se muestra el proceso estratégico según Wheelen y Hunger

Wheelen y Hunger (2007) definen a la Formulación como la etapa donde se elaboran planes a largo plazo con la finalidad de administrar de forma eficaz las oportunidades y amenazas del entorno empresarial, con base en las fortalezas y debilidades (FODA), respecto a la segunda etapa implementación mencionan que es el proceso a través del cual las estrategias y políticas se ejecutan mediante la elaboración de programas, presupuestos y procedimientos, lo que implica cambios en la estructura administrativa de toda la organización, así mismo señalan a la tercera etapa Evaluación y control como el proceso donde se controlan las labores corporativas y los resultados del desempeño, es aquí donde se realizará la comparación del rendimiento verdadero con el esperado. Según Torres (2014), la planeación estratégica es el procedimiento que concierne tanto a individuos como a organizaciones. Es la toma de decisiones, pero de clase especial debido a que no siempre la toma de decisiones corresponde a la planeación. Actualmente el proceso de planeación estratégica se conoce con diversos términos como dirección

estratégica, administración estratégica y administración global, ciertamente las nociones consideran y comprenden lo mismo, pero al realizar una comparación surgen algunas particularidades y estas se deben a la evolución en el tiempo.

Cambios o evolución de la planeación



Fuente: Torres et ál (2014)

Figura 4. En la ilustración se muestra la evolución de la planeación estratégica en el tiempo.

Para Palacios (2016), el plan Estratégico contiene las siguientes fases: formulación, implementación, evaluación y control. La formulación del plan será buena cuando está consiga realizar una eficiente evaluación interna y externa de la situación de la empresa, permitiendo trazar el futuro y rumbo correcto, así como prever los planes de contingencia, sistemas de monitoreo y estructura organizacional descentralizada como un complemento. La Implementación estratégica, es donde se deberán estudiar todas y cada una de las actividades con el fin de asegurar y mejorar aquellas que generen un valor agregado y resulten necesarias para el cumplimiento efectivo de las estrategias logrando los objetivos de la organización. La evaluación y control estratégico es donde debe haber mayor énfasis para hallar la información pertinente según el orden de aparición y verificar

que esta sea verdadera, oportuna y completa para ejercer un oportuno control, comprende realizar una evaluación a la eficacia del plan estratégico o logro de los objetivos. Para Fernández (2017), la misión de una empresa, organización o institución abarca los máximos objetivos que se pretende alcanzar, siendo esta la razón de ser de su personalidad e identidad. Así mismo menciona que la visión es aquella que se refiere a lo que será en un futuro, y escenifica la dirección de avance de la empresa. D'Alessio et ál. (2008) indica que la clave para crear estrategias se encuentra dentro de los factores externos e internos, a través de estos se producirán estrategias ofensivas cuando se necesite generar oportunidades, y estrategias defensivas cuando se requiere superar las debilidades contrarrestando las amenazas. Contreras y Díaz et ál. (2015) refieren que la rentabilidad es la diferencia que se obtiene de los ingresos menos los gastos, así como la ganancia que resulta de la inversión realizada, he aquí donde la gestión empresarial juega un papel importante, y esto será reflejado en sus ventas, activos y capital de la empresa. además, mencionan que Rentabilidad económica (ROI) medirá la habilidad de generar beneficios en los activos de una empresa sin tener en consideración de qué manera se han financiado y el costo que se generó, y la Rentabilidad financiera (ROE) o también denominado ratio de retorno, mide la capacidad que poseen los fondos propios de la empresa para generar sus propios beneficios. Así también Zamora (2008), señala a la rentabilidad como la relación entre utilidad e inversión, siendo esta necesaria porque mide la eficiencia de la gestión empresarial, reflejada en las utilidades obtenidas de las ventas y las inversiones. Las utilidades serán más que el resultado de una competente gestión, y de la eficiente planeación en costos y gastos. Vergara (2014) señala que la rentabilidad es la habilidad para producir utilidades o ganancias en base a las inversiones efectuadas, un negocio será más rentable una vez que este tenga más ingresos, un cliente es más rentable una vez que produce más ingresos que egresos, un área o departamento va a ser más rentable cuando obtenga mayores ingresos que costos. Tipos de rentabilidad: (a) La rentabilidad económica o también llamada de la inversión es aquel resultado antes de interés e impuestos; (b) La rentabilidad financiera es aquella que se desarrolla en un periodo de tiempo, y se obtienen a través capitales propios. Sánchez (2002), refiere a la rentabilidad como toda acción económica donde se trasladan recursos humanos, materiales y financieros con la finalidad de conseguir resultados, en todo análisis realizado por

el entorno empresarial la discusión suele centrarse en la diferencia existente entre la rentabilidad y liquidez como variables indispensables en toda actividad económica. Lizcano (2004), menciona que la rentabilidad tiene un amplio criterio el cual recoge distintos enfoques y proyecciones; puede hablarse de rentabilidad desde los puntos de vista económico o financiero. Teniendo en cuenta lo señalado por Urpeque (2014), la rentabilidad es el rendimiento que se obtiene por medio de la inversión y se mide a través de ecuaciones de equivalencia financiera, en otras palabras, medirá la eficiencia de la empresa al utilizar sus recursos financieros. Javier (2018), define a los ingresos como la cantidad monetaria resultado de las ventas o servicios otorgados, de los bienes entregados a terceros a cambio de una contraprestación, igualmente señala que la inversión es la proporción de unidades monetarias que se entrega a terceros a fin de obtener resultados positivos para la empresa, además denominado beneficio futuro esperado a cambio de usar sus fondos económicos en el presente. Esta investigación de acuerdo a la variable Plan Estratégico se centrará en las dimensiones Formulación, Implementación y evaluación y Control, respecto de la segunda variable de Rentabilidad se centrará en las dimensiones ingresos e inversión.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

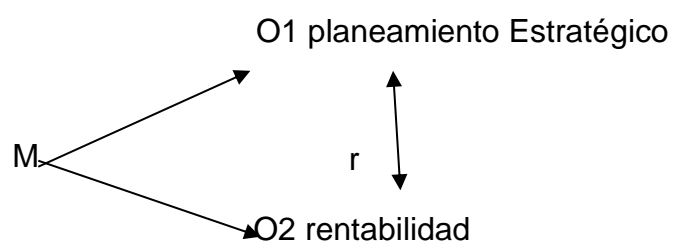
3.1.1. Tipo de investigación

El trabajo en estudio reúne condiciones de una indagación básica. Tal como expresa Baena (2017), la investigación es básica porque se trata de una ciencia que se desarrolla de manera abstracta y realiza el estudio de un problema destinado a la búsqueda del conocimiento, cuya finalidad es modificar los principios teóricos ya existentes, profundizando los saberes científicos.

3.1.2. Diseño de investigación.

Esta investigación es no experimental, correlacional, descriptiva y cuantitativa, según Agudelo, Aigner y Ruiz (2010) la indagación no experimental es aquella donde las variables independientes ya acontecieron por ende no podrían ser alteradas, así mismo el indagador no podrá tener un control directo sobre estas variables, mucho menos influir sobre ellas debido que ya sucedieron, al igual que sus efectos. En opinión de Cazau (2006), la investigación correlacional es aquella que tiene por finalidad medir el nivel de relación que pueda haber entre dos o más variables. Tal como señalan Escudero y Cortez (2018) la investigación descriptiva es aquella que se centra en representar la realidad de determinados sucesos, objetos, individuos, grupos a los que se pretende estudiar. Para Sarduy (2006) la Investigación cuantitativa es aquella que recopila, procesa y examina datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente determinadas.

A continuación, se esquematiza el diseño de la Investigación:



Dónde:

M: Muestra los trabajadores de la empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C.

O1: Observación de la variable Planeamiento Estratégico

O2: Observación de la variable Rentabilidad

r: correlación entre las variables observadas

3.2. Variables y operacionalización**Variable 1: Plan Estratégico****Definición conceptual**

Según Neira y Tenelema (2017), La planeación estratégica se constituye como un elemento importante de la administración, el cual influye al tomar las decisiones organizacionales, siendo su propósito originar cambios significativos para el crecimiento de la misma, por lo cual se deberán establecer estrategias paralelas a las funciones que desempeñen cada una de las áreas, en forma ordenada y clara para poder ejecutar el procedimiento establecido y alcanzar su propósito.

Definición operacional

La variable plan estratégico, es de tipo categórica, de naturaleza cualitativa, de escala ordinal, politómica. Posee un instrumento compuesto por 30 ítems, el cual se descompone en 3 dimensiones: Formulación, Implementación, evaluación y control; las cuales fueron formuladas por el autor Vicente (2018). Dicha variable será medida a través de la escala de Likert del 1 al 5, donde: (1) es Nunca, (2) Casi Nunca, (3) Algunas veces, (4) Casi Siempre y (5) siempre.

Tabla 1

Operacionalización de la variable Planeamiento Estratégico

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensión | Indicador | Ítem | Escala | Nivel y Rango |
|----------------------------------|---|---|-------------------------|---|--------------------------------------|--|---------------------|
| Planeamiento o Estratégico | Según Neira y Tenelema (2017), La planeación estratégica se constituye como un elemento importante de la administración, el cual influye al tomar las decisiones organizacionales, siendo su propósito originar cambios significativos para el crecimiento de la misma, por lo cual se deberán establecer estrategias paralelas a las funciones que desempeñen cada una de las áreas, en forma ordenada y clara para poder ejecutar el procedimiento establecido y alcanzar su propósito. | La variable plan estratégico, es de tipo categórica, de naturaleza cualitativa, de escala ordinal, politómica. Posee un instrumento compuesto por 30 ítems, el cual se descompone en 3 dimensiones: Formulación, Implementación, evaluación y control; las cuales fueron formuladas por el autor Vicente (2018). Dicha variable será medida a través de la escala de Likert del 1 al 5, donde: (1) es Nunca, (2) Casi Nunca, (3) Algunas veces, (4) Casi Siempre y (5) siempre. | Formulación | Visión Misión Intereses Organizacionales valores Factores Externos Factores Internos Objetivos a largo plazo Selección Sector Industrial Estrategia Competidores Estructura organizacional | 1,2,3,4,5,6,7,8,9, 10,11,12,13,14 | Siempre (5) | Malo (30-69) |
| | | | Implementación | Política Recursos Motivación Responsabilidad social Medio ambiente | 15,16,17,18,19,20,21 | Casi siempre (4) Algunas veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1) | Regular (70-110) |
| | | | Evaluación y control | Control externo Control interno Control de desempeño Acciones correctivas | 22,23,24,25,26,27,28,29,30 | Bueno (111-150) | |
| | | | | | | | |

Fuente: Autoría propia

Variable 2: Rentabilidad

Definición conceptual

Según García (2014), señala que la rentabilidad es aquella que respalda la liquidez a futuro en la empresa, quiere decir que las utilidades se convertirán en efectivo dando como resultado la liquidez, ello siempre que exista un adecuado manejo financiero.

Definición operacional

La variable rentabilidad es de tipo numérica, de naturaleza cuantitativa, de escala ordinal, politómica. Posee un instrumento compuesto por 13 ítems, el cual se descompone en 2 dimensiones: ingresos e inversión; las cuales fueron formuladas por el autor Javier (2018). Dicha variable será medida a través de la escala de Likert del 1 al 5, donde: (1) es Nunca, (2) Casi Nunca, (3) A veces, (4) Casi Siempre y (5) siempre.

Tabla 2

Operacionalización de la variable: Rentabilidad

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensión | Indicador | Ítem | Escala | Nivel y Rango | |
|--------------|---|---|-----------|--|-----------------------------|---------------------|--------------------|------------------|
| Rentabilidad | Según García (2014), señala que la rentabilidad es aquella que respalda la liquidez a futuro en la empresa, quiere decir que las utilidades se convertirán en efectivo dando como resultado la liquidez, ello siempre que exista un adecuado manejo financiero. | La variable Rentabilidad es de tipo numérica, de naturaleza cuantitativa, de escala ordinal, politómica. Posee un instrumento compuesto por 13 ítems, el cual se descompone en 2 dimensiones: ingresos e inversión; las cuales fueron formuladas por el autor Javier (2018). Dicha variable será medida a través de la escala de Likert del 1 al 5, donde: (1) es Nunca, (2) Casi Nunca, (3) A veces, (4) Casi Siempre y (5) siempre. | Ingresos | Ventas Gastos Liquidez Solvencia presupuesto | 1,2,3,4,5,6,7,8,9 ,10,11 | Siempre (5) | Malo (13-30) | |
| | | | Inversión | crecimiento | 12,13 | Casi siempre (4) | Regular (31-47) | |
| | | | | | | | A veces (3) | Bueno (48-65) |
| | | | | | | | Casi nunca (2) | |
| | | | | | | | Nunca (1) | |

Fuente: Autoría propia

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población.

Este estudio estará conformado por 20 trabajadores de las áreas de gerencia, administración, contabilidad, logística, recursos humanos, mantenimiento y operaciones de la empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C.

3.3.2. Criterios de selección.

Criterios de inclusión

Trabajadores de todas las áreas, las cuales son gerencia, administración, contabilidad, logística, recursos humanos, mantenimiento y operaciones de la empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C.

Criterios de exclusión

- Personas ajenas a la empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C.
- Personas que no deseen participar del presente estudio de campo.

3.3.3. Unidad de análisis.

- Un trabajador de la empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica.

La encuesta es la técnica que se empleó para este estudio, la que tiene como finalidad recopilar información concreta y relevante para medir las variables en estudio.

3.4.2. Instrumentos.

Para la recopilación de información se empleó como instrumento los cuestionarios de Vicente (2018) y Javier (2018), respectivamente lo que permitirá medir el plan estratégico y la rentabilidad.

3.5. Procedimiento

La encuesta se realizará de manera virtual a través del formulario electrónico, enviado a través de sus correos electrónicos de cada trabajador de la empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C.

El gerente general de la empresa firmará su consentimiento para poder realizar la encuesta a la totalidad de sus trabajadores de las diferentes áreas, el cual servirá como constancia de que los participantes en la investigación no fueron obligados a responder en los cuestionarios.

Finalmente, cuando se tengan los datos de los cuestionarios, se procesarán y se analizarán y así obtener resultados que permitan comparar con las hipótesis planteadas.

3.6. Método de análisis de datos

Análisis descriptivo.

Los datos serán presentados mediante tablas y gráficos, utilizando frecuencia y porcentaje.

Análisis inferencial

Se efectuó la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk por tener una muestra de 20 personas y de acuerdo a los resultados se realizó la prueba de Pearson, el cual representa la normalidad entre variables y sus dimensiones.

3.7. Aspectos éticos

Este estudio salvaguarda la información que los participantes proporcionaron en el transcurso de la investigación, así se manejó de manera confidencialidad, la libre participación y la libertad de los participantes al momento de realizar los cuestionarios.

Confidencialidad

Para Santi (2016), la confidencialidad se refiere al resguardo de la información brindada por los participantes. En la presente investigación se puso en práctica la confidencialidad con todos los trabajadores de la empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. que participaron en el estudio.

Libre participación

La participación es completamente voluntaria, deciden si es conveniente participar e involucrarse en esta investigación; nada es forzado.

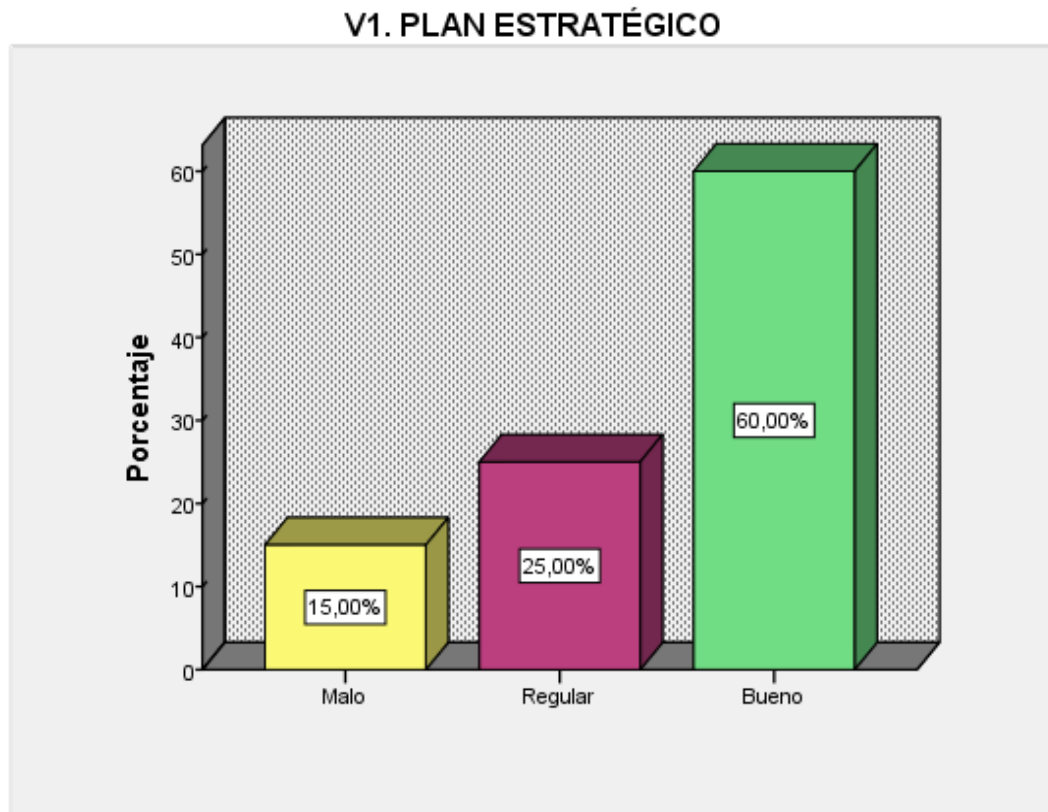
Libertad de los participantes al llenar el cuestionario

Una vez recibida la inducción de cómo procede el cuestionario, los participantes tienen total libertad de tomar sus propias decisiones para responder sus preguntas; no se les impondrá las respuestas.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis Descriptivo

Niveles de percepción de la variable plan estratégico

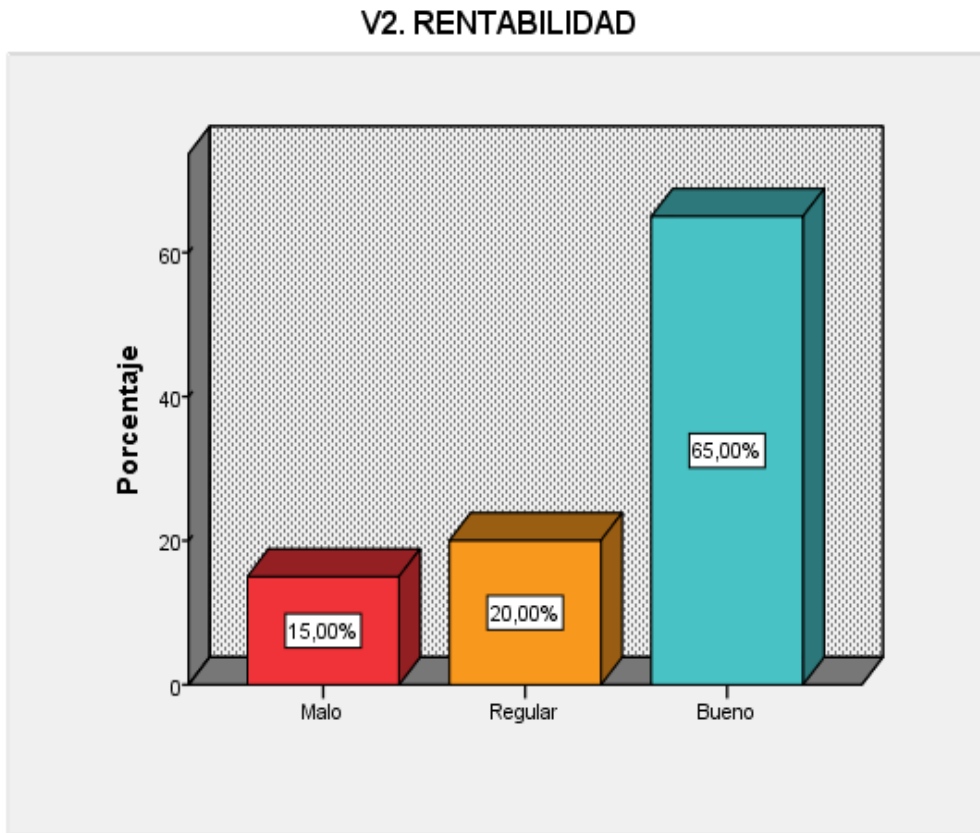


Fuente: autoría propia

Figura 5. Plan estratégico

En la figura se observa los niveles de percepción en los trabajadores de la empresa Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021, respecto a la variable plan estratégico, donde el 60.00% de los trabajadores percibieron al Plan Estratégico en un nivel bueno, un 25.00% en un nivel regular y un 15.00% en un nivel malo.

Niveles de percepción de la variable rentabilidad

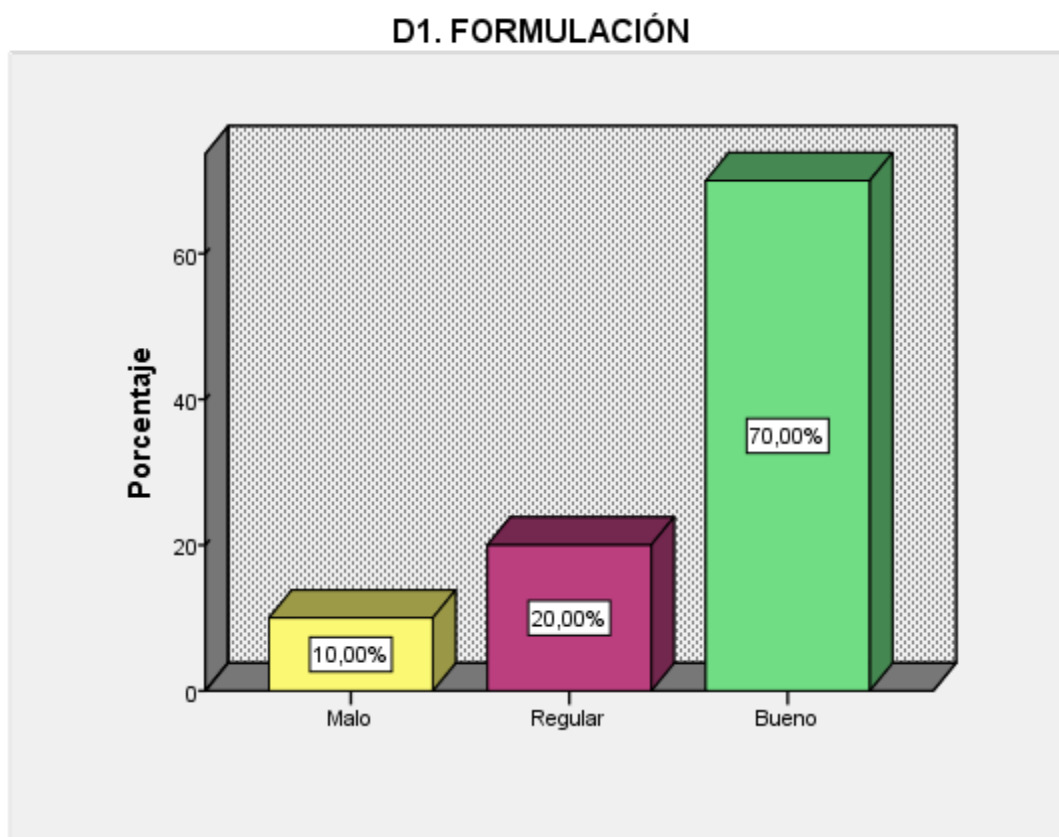


Fuente: autoría propia

Figura 6. Rentabilidad

En la figura se observa los niveles de percepción de los trabajadores de la empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021, respecto a la variable rentabilidad, donde el 65.00% de los trabajadores percibieron a la Rentabilidad en un nivel bueno, un 20.00% en un nivel regular y un 15% en un nivel malo.

Niveles de percepción de la dimensión formulación

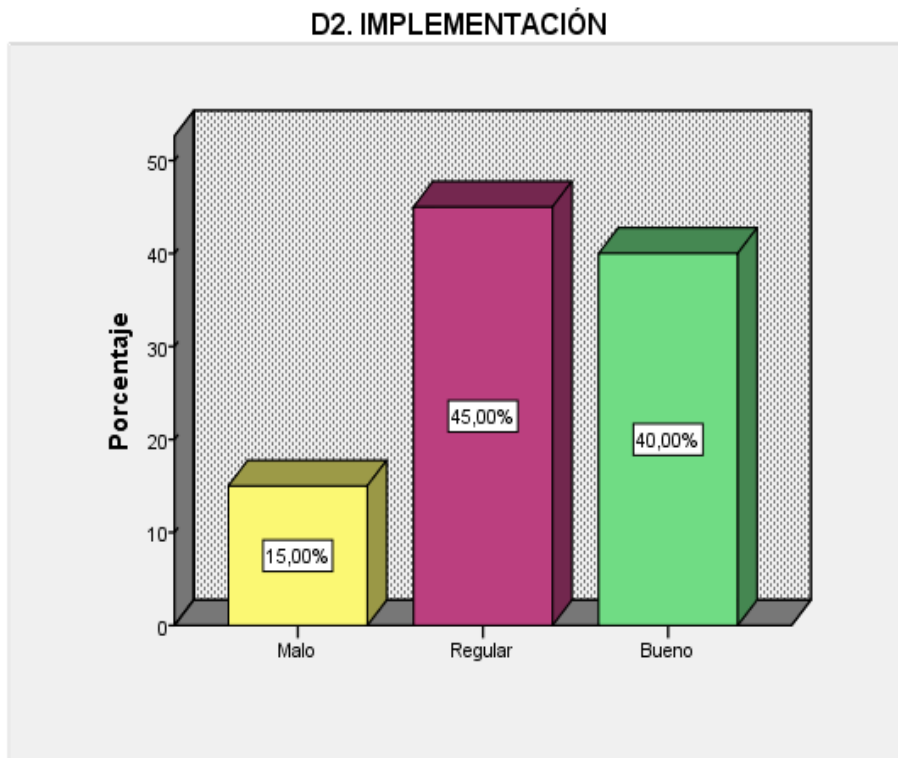


Fuente: autoría propia

Figura 7. Formulación

En la figura se observa los niveles de percepción de los trabajadores de la empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021, respecto a la dimensión formulación, donde el 70.00% de los trabajadores percibieron a la formulación en un nivel bueno, un 20.00% en un nivel regular y un 10% en un nivel malo.

Niveles de percepción de la dimensión implementación

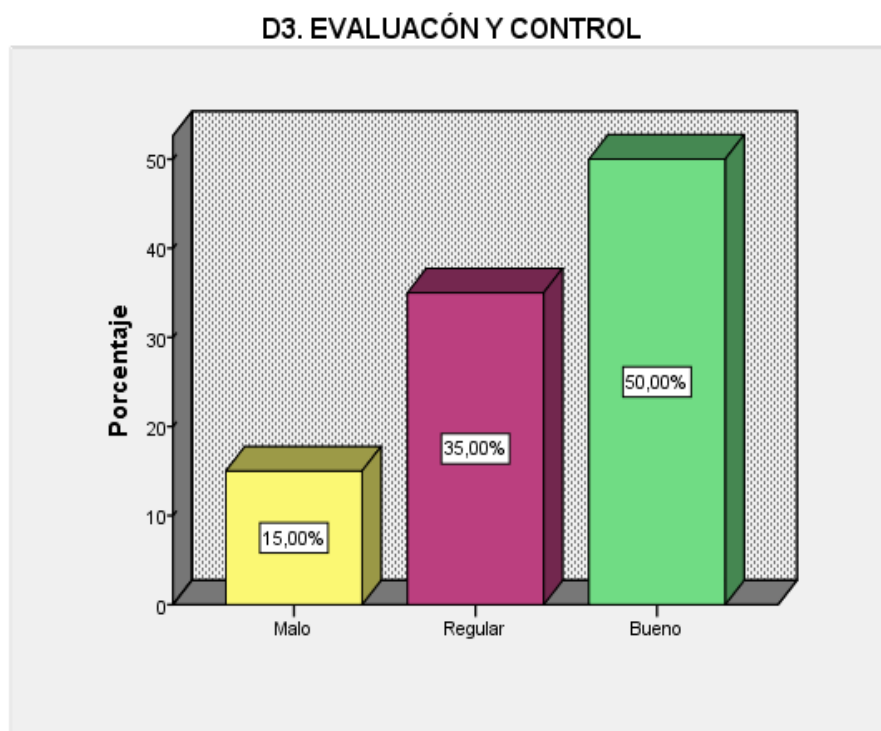


Fuente: autoría propia

Figura 8. implementación

En la figura se observa los niveles de percepción de los trabajadores de la empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021, respecto a la dimensión implementación, donde el 40.00% de los trabajadores percibieron a la Implementación en un nivel bueno, un 45.00% en un nivel regular y un 15% en un nivel malo.

Niveles de percepción de la dimensión evaluación y control



Fuente: autoría propia

Figura 9. Evaluación y control

En la figura se observa los niveles de percepción de los trabajadores de la empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021, respecto a la dimensión evaluación y control, donde el 50.00% de los trabajadores percibieron a la Evaluación y control en un nivel bueno, un 35.00% en un nivel regular y un 15% en un nivel malo.

4.2. Análisis Inferencial

Prueba de normalidad de la variable y dimensiones

Tabla 3

Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk de las puntuaciones generales de los cuestionarios de plan estratégico y rentabilidad.

| | Factor | Z | Sig. (p) |
|----|------------------|------|-------------|
| V1 | Plan Estratégico | ,889 | ,026 |
| D1 | Formulación | ,889 | ,026 |
| D2 | Implementación | ,942 | ,266 |
| | Evaluación y | | |
| D3 | Control | ,927 | ,138 |
| V2 | Rentabilidad | ,815 | ,001 |

* $p < 0.05$ (significativa)

En la tabla 3, se presentan los valores obtenidos en la prueba Shapiro-Wilk, la cual se utilizó debido a que el tamaño de la muestra de estudio fue de 20 trabajadores, se encontró que la variable Plan Estratégico y las dimensiones Formulación, Implementación, evaluación y control presentaron un ajuste a la distribución normal ($p > 0.05$), en el caso de la variable rentabilidad, esta no presentó un ajuste a una distribución normal ($p < 0.05$). en tal sentido según obtenidos para el contraste de la hipótesis se utilizó el coeficiente de relación de Rho de Spearman.

Correlación de Variables

H₀ El Plan Estratégico no se relaciona significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021.

H_i El Plan Estratégico se relaciona significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021

Tabla 4

correlación entre la variable plan estratégico y la rentabilidad

| | | V1. | V2. |
|------------------|--------------------|------------------|--------------|
| | | Plan Estratégico | Rentabilidad |
| Plan Estratégico | Correlación de Rho | 1 | ,769 |
| | Spearman | | |
| | Sig. (bilateral) | | ,000 |
| | N | 20 | 20 |
| Rentabilidad | Correlación de Rho | ,769 | 1 |
| | Spearman | | |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | |
| | N | 20 | 20 |

** La Correlación es significativa en el nivel 0,01 (Bilateral)

En la tabla 4, se observa que existe una relación positiva alta, fuerte o considerable entre las variables plan estratégico y rentabilidad de la empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021, esto debido a que se encontró un valor de Rho Spearman $r=0,769$, $p<0.05$. Por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto: El Plan Estratégico se relaciona significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021.

Contrastación de la Hipótesis específica 1

H₀ La formulación no se relaciona significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021.

H_i La formulación se relaciona significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021

Tabla 5

Correlación entre la dimensión formulación y la variable rentabilidad

| | | D1 | V2 |
|--------------------|------------------|-------------|--------------|
| | | Formulación | Rentabilidad |
| Correlación de Rho | | | |
| Formulación | Spearman | 1 | ,715 |
| | Sig. (bilateral) | | ,000 |
| | N | 20 | 20 |
| Correlación de Rho | | | |
| Rentabilidad | Spearman | ,715 | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | |
| | N | 20 | 20 |

** La Correlación es significativa en el nivel 0.01 (Bilateral)

En la tabla 5, se observa que existe una relación positiva alta, fuerte o considerable entre la dimensión formulación y la variable rentabilidad de la empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021, esto debido a que se encontró un valor de Rho Spearman $r=0,715$, $p<0.05$. Por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto: La formulación se relaciona significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021

Contrastación de la Hipótesis específica 2

H₀ La implementación no se relaciona significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021.

H_i La implementación se relaciona significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021

Tabla 6

Correlación entre la dimensión implementación y la variable rentabilidad

| | | D2 | V2 |
|----------------|--------------------|----------------|--------------|
| | | Implementación | Rentabilidad |
| Implementación | Correlación de Rho | 1 | ,712 |
| | Spearman | | |
| | Sig. (bilateral) | | ,000 |
| | N | 20 | 20 |
| Rentabilidad | Correlación de Rho | ,712 | 1 |
| | Spearman | | |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | |
| | N | 20 | 20 |

** La Correlación es significativa en el nivel 0.01 (Bilateral)

En la tabla 6, se observa que existe una relación positiva alta, fuerte o considerable entre la dimensión Implementación y la variable rentabilidad de la Empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021, esto debido a que se encontró un valor de Rho Spearman $r=0,712$, $p<0.05$. Por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto: La implementación se relaciona significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021

Contrastación de la Hipótesis específica 3

H₀ La evaluación y control no se relaciona significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021.

H_i La evaluación y control se relaciona significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021

Tabla 7

Correlación entre la dimensión evaluación y control y la variable rentabilidad

| | | D3 Evaluación y Control | V2 Rentabilidad |
|-------------------------|--------------------|-------------------------------|--------------------|
| Evaluación y Control | Correlación de Rho | 1 | ,772 |
| | Spearman | | |
| | Sig. (bilateral) | | ,000 |
| | N | 20 | 20 |
| Rentabilidad | Correlación de Rho | ,772 | 1 |
| | Spearman | | |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | |
| | N | 20 | 20 |

** La Correlación es significativa en el nivel 0.01 (Bilateral)

En la tabla 7, se observa que existe una relación positiva alta, fuerte o considerable entre la dimensión evaluación y control y la variable rentabilidad de la empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021, esto debido a que se encontró un valor de Rho Spearman $r=0,772$, $p<0.05$. Por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto: La evaluación y control se relaciona significativamente con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021

V. DISCUSIÓN

La presente Investigación se enfocó en determinar de qué manera el plan estratégico se relaciona con la rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021; debido que en la actualidad resulta de suma importancia en toda organización la elaboración de un plan estratégico para poder llevar a cabo el desarrollo de las estrategias a fin de alcanzar los objetivos propuestos, logrando así mejorar considerablemente la rentabilidad de la empresa.

En este sentido D'Alessio et ál (2013), define a la dimensión Formulación como la etapa donde se establece la misión y visión, se identifican los aspectos positivos y negativos externos, se determinan las fortalezas y debilidades, se establecen objetivos a largo plazo, se crean estrategias alternas y se eligen las estrategias específicas a seguir. En consecuencia, el 70% de los trabajadores percibieron a la formulación en un nivel bueno, un 20% en un nivel regular y un 10% en un nivel malo de esta dimensión. Del mismo modo, Padilla et ál (2019) en su trabajo de investigación, encontró que el 52.70% de colaboradores mencionaron que la formulación de estrategias se está desarrollado de forma buena, el 30.70% mencionaron que se desarrolla de forma regular, mientras que el 16.60% considera que se está desarrollando de forma mala. Así mismo Wong et ál (2019) en su trabajo de investigación en Almacenes Selva S.A.C., encontró que el 53% de los colaboradores tienen regular conocimiento de la dimensión formulación, el 30% tienen un nivel no óptimo, mientras que el 17% tiene un nivel óptimo. A diferencia de Vicente et ál (2018) los niveles de percepción de la dimensión Formulación, muestran un 43.40% en un nivel bajo, un 33.30% en un nivel alto y 23.30% en un nivel regular. Esto se debe que en el estudio de Vicente los colaboradores no tienen definidos de manera clara los procesos para dar por cumplidos los objetivos y tareas financieras de la empresa. Sin embargo, la empresa estudiada, como en el estudio de Padilla se tienen resultados similares debido que los trabajadores se identifican con la misión y visión de su empresa, conocen los objetivos de esta lo cual conlleva a la mejora continua de la empresa, Así mismo en el estudio de Wong se aprecia que sus colaboradores no tienen claro conocimiento de la dimensión en estudio, lo cual podría indicar que desconocen de esta herramienta gerencial como lo es el plan estratégico. Al

comparar esta dimensión con la variable Rentabilidad, los resultados denotan que existe una relación estadísticamente significativa ($p < 0.05$) con un $r = 0,715$, que demuestra que cuentan con una relación positiva alta, fuerte o considerable, con un nivel de significancia 0.000, lo cual indica que la dimensión y la variable se relacionan. Así mismo Vicente et ál (2018) encontró una relación significativa ($p < 0.05$), con una correlación de Rho de Spearman es de 0.966 que en valores porcentuales nos muestra un 96.6 % de correlación entre las dos variables. Por otra parte, Padilla et ál (2019) encontró una relación similar al estudio el cual obtuvo una significancia de 0.000 ($p < 0.05$), con una correlación de Rho Spearman de 0,729 que indica una relación positiva alta, fuerte o considerable. Esto puede deberse a que en la empresa estudiada y en las otras empresas, la formulación del plan estratégico es coherente y óptimo para los trabajadores, influyendo positivamente en la empresa.

En este sentido Palacios et ál (2016), define a la dimensión implementación como la etapa donde se deberán estudiar todas y cada una de las actividades con el fin de asegurar y mejorar aquellas que generen un valor agregado y resulten necesarias para el cumplimiento efectivo de las estrategias logrando los objetivos de la organización. En consecuencia, el 40% de los trabajadores percibieron a la implementación en un nivel bueno, un 45% en un nivel regular y un 15% en un nivel malo esta dimensión. Del mismo modo, Vicente et ál (2018) sus niveles de percepción de la dimensión Implementación, muestran un 20% en un nivel bajo, un 40% en un nivel alto y 40% el en un nivel regular. Así mismo Padilla et ál (2019) en su trabajo de investigación, encontró que el 47.4% de colaboradores mencionaron que la Implementación de estrategias se está desarrollado de forma buena, el 37.3% que se desarrolla de forma regular, mientras que el 15.3% considera que se está desarrollando de forma mala. A diferencia de Wong et ál (2019) en su trabajo de investigación en Almacenes Selva S.A.C., encontró que el 57% de los colaboradores tiene regular conocimiento de la dimensión implementación, el 26% tiene un nivel no óptimo, mientras que el 17% tiene un nivel óptimo. Esto se debe a que en el estudio de Wong los colaboradores tienen un deficiente conocimiento de los análisis (PEST y matriz FODA). Sin embargo, la empresa estudiada, como en el estudio de Padilla y Vicente se tienen resultados similares debido que los colaboradores

poseen un conocimiento acerca de esta dimensión lo cual debe ser reforzado en materia de estudio. Al comparar esta dimensión con la variable Rentabilidad, los resultados denotan que existe una relación estadísticamente significativa ($p < 0.05$) con un $r = 0,712$, que demuestra que cuentan con una relación positiva alta, fuerte o considerable, con un nivel de significancia 0.000, lo cual indica que la dimensión y la variable se relacionan. Así mismo Vicente et ál (2018) encontró una relación significativa ($p < 0.05$), con una correlación de Rho de Spearman es de 0.768 que nos muestra un 76.8 % de correlación entre las dos variables. Por otra parte, Padilla et ál (2019) encontró una relación similar al estudio el cual obtuvo una significancia de 0.000 ($p < 0.05$), con una correlación de Rho Spearman de 0,706 que indica una relación positiva alta, fuerte o considerable. Esto puede deberse a que en la empresa estudiada y en las otras empresas, la Implementación del plan estratégico es coherente y óptimo para los trabajadores, influyendo positivamente en la empresa.

En este sentido Palacios et ál (2016), define a la dimensión evaluación y control como la etapa final donde debe haber mayor énfasis para hallar la información pertinente según el orden de aparición y verificar que esta sea verdadera, oportuna y completa para ejercer un oportuno control, comprende realizar una evaluación a la eficacia del plan estratégico o logro de los objetivos. En consecuencia, el 50% de los trabajadores percibieron a la implementación en un nivel bueno, un 35% en un nivel regular y un 15% en un nivel malo esta dimensión. Del mismo modo, Padilla et ál (2019) en su trabajo de investigación, encontró que el 47.3% de colaboradores mencionaron que la evaluación y control de estrategias se está desarrollado de forma buena, el 35.4% de forma regular, mientras que el 17.3% considera que se está desarrollando de forma mala. Para Wong et ál (2019) en su trabajo de investigación en Almacenes Selva S.A.C., encontró que el 60% de los colaboradores tiene regular conocimiento de la dimensión el 21% tienen un nivel no óptimo de la dimensión, mientras que el 19% tiene un nivel óptimo. A diferencia de Vicente et ál (2018), los niveles de percepción de la dimensión Formulación, muestran un 43.40% en un nivel bajo, un 36.70% en un nivel alto y 20% el en un nivel regular. Esto se debe a que en el estudio de Vicente los colaboradores consideran que los procedimientos realizados no son evaluados adecuadamente, haciendo énfasis que para

mejorar los resultados debería existir una retroalimentación diaria para una mejora continua. Respecto del estudio de Wong se puede apreciar que los colaboradores no poseen una idea clara de la dimensión evaluación y control. Sin embargo, la empresa estudiada, como en el estudio de Padilla se tienen resultados similares debido que los colaboradores poseen un conocimiento acerca de esta dimensión lo cual debe ser reforzado en materia de estudio. Al comparar esta dimensión con la variable Rentabilidad, los resultados denotan que existe una relación estadísticamente significativa ($p < 0.05$) con un $r = 0.772$, que demuestra que cuentan con una relación positiva alta, fuerte o considerable, con un nivel de significancia 0.000, lo cual indica que la dimensión y la variable se relacionan. Así mismo Vicente et ál (2018) encontró una relación significativa ($p < 0.05$), con una correlación de Rho de Spearman es de 0.861 que nos muestra un 86.1 % de correlación entre las dos variables. Por otra parte, Padilla et ál (2019) encontró una relación similar al estudio el cual obtuvo una significancia de 0.000 ($p < 0.05$), con una correlación de Rho Spearman de 0.827 que indica una relación positiva alta, fuerte o considerable. Esto puede deberse a que en la empresa estudiada y en las otras empresas, la evaluación y control del plan estratégico es coherente y óptimo para los trabajadores, influyendo positivamente en la empresa.

Según Neira y Tenelema et ál (2017), La planeación estratégica se constituye como un elemento importante de la administración, el cual influye al tomar las decisiones organizacionales, siendo su propósito originar cambios significativos para el crecimiento de la misma, por lo cual se deberán establecer estrategias paralelas a las funciones que desempeñen cada una de las áreas, en forma ordenada y clara para poder ejecutar el procedimiento establecido y alcanzar su propósito. En consecuencia, el 60% de los trabajadores percibieron al plan estratégico en un nivel bueno, un 25% en un nivel regular y un 15% en un nivel malo. Del mismo modo, Padilla et ál (2019) en su trabajo de investigación, encontró que el 50.7% de colaboradores mencionaron que el plan estratégico se está desarrollado de forma buena, el 42.7% mencionaron que se desarrolla de forma regular, mientras que el 6.7% considera que se está desarrollando de forma mala. Para Wong et ál (2019) en su trabajo de investigación en Almacenes Selva S.A.C., encontró que el 55% de los

colaboradores tiene regular conocimiento del plan estratégico el 23% de los tienen un nivel no óptimo y un 23% tiene un nivel óptimo. A diferencia de Vicente et ál (2018), los niveles de percepción de la variable plan estratégico, muestran un 43.40% en un nivel bajo, un 33.30% en un nivel alto y 23.30% en un nivel regular. Esto se debe a que en el estudio de Vicente los colaboradores no tienen un debido involucramiento con el plan estratégico de su empresa. Respecto del estudio de Wong se puede apreciar que el conocimiento de los trabajadores en relación al plan estratégico es escaso debido a que este no se encuentra bien definido. Sin embargo, la empresa estudiada, como en el estudio de Padilla se tienen resultados similares debido a que los colaboradores poseen un conocimiento óptimo del plan estratégico. Al comparar la variable plan estratégico con la variable Rentabilidad, los resultados denotan que existe una relación estadísticamente significativa ($p < 0.05$) con un $r = 0.769$, que demuestra que cuentan con una relación positiva alta, fuerte o considerable, con un nivel de significancia 0.000, lo cual indica que ambas variables se relacionan. Así mismo Vicente et ál (2018) encontró una relación significativa ($p < 0.05$), con una correlación de Rho de Spearman es de 0.924 que nos muestra un 92.4 % de correlación entre las dos variables. Esto puede deberse a que en la empresa estudiada y en la otra empresa, el plan estratégico es coherente y óptimo para los trabajadores, influyendo positivamente en la empresa.

VI. CONCLUSIONES

1. Existe una relación positiva alta, fuerte o considerable entre las variables plan estratégico y rentabilidad de la Empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021, esto debido a que se encontró un valor de Rho Spearman $r=0,769$ y un valor de significancia de $p<0.05$.
2. Existe una relación positiva alta, fuerte o considerable entre la dimensión formulación y la variable rentabilidad de la Empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021, esto debido a que se encontró un valor de Rho Spearman $r=0,715$ y un valor de significancia de $p<0.05$.
3. Existe una relación positiva alta, fuerte o considerable entre la dimensión Implementación y la variable rentabilidad de la Empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021, esto debido a que se encontró un valor de Rho Spearman $r=0,712$ y un valor de significancia de $p<0.05$.
4. Existe una relación positiva alta, fuerte o considerable entre la dimensión evaluación y control y la variable rentabilidad de la Empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021, esto debido a que se encontró un valor de Rho Spearman $r=0,772$ y un valor de significancia de $p<0.05$.

VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda al gerente de la empresa Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. hacer un estudio completo de la situación actual de la empresa en el cual se pueda establecer cuáles son sus fortalezas y debilidades y de esta forma hallar puntos importantes para elaborar las estrategias que servirán para implementar el plan estratégico, conllevando al logro de los objetivos que se desea alcanzar.
- Se recomienda a la alta gerencia de la Empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. formular e implementar un adecuado plan estratégico con directrices claras de tal manera que sea entendida por todos trabajadores y en conjunto lograr el éxito de la empresa.
- Se recomienda a la alta gerencia de la Empresa de Transportes Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C., después de haber formulado e implementado su plan estratégico hacer un seguimiento periódicamente para detectar los cambios internos que se generen y evaluar su eficiencia y así poder diseñar nuevas estrategias que ayuden a la mejora continua de la empresa
- Se recomienda al área de recursos humanos, capacitar a los trabajadores para que puedan tener una mejor perspectiva sobre el plan estratégico el cual contribuya al logro de los objetivos empresariales.

REFERENCIAS

- Agudelo, G., Aigner M. y Ruiz. J (2010). *Diseño de investigación experimental y no experimental*.
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/6545/5996>
- Armijo, M. (2011). *Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público*.
https://www.cepal.org/ilpes/publicaciones/xml/8/44008/SM_69_MA.pdf
- Baena, P. G. M. E. (2017). *Metodología de la investigación*. Serie integral por competencias tercera edición ebook 2017
- Banguero, L.H.E, Carrillo, R.L.A y Aponte, J.E. (2018). *Planeación y gestión estratégica de las organizaciones: conceptos, métodos y casos de aplicación*, primera edición
https://books.google.com.pe/books?id=5pfGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&authuser=0&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Blas, D.L.M. (2019). *Planeamiento Estratégico y rentabilidad de la empresa Corporación Deycar's S.A.C., Trujillo, 2016 (Trabajo de suficiencia profesional para pregrado, Universidad San Pedro*. Base de datos repositorio.<http://repositorio.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/10540>
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*.
<https://alcazaba.unex.es/asq/400758/MATERIALES/INTRODUCCI%C3%93N%20A%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20EN%20CC.SS..pdf>
- Córdoba, P.M. (2012). *Gestión Financiera*, primera edición
https://books.google.com.pe/books?id=cr80DgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&authuser=0&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

- Contreras, S.N.P y Diaz, C.E.D. (2015). *Estructura Financiera y Rentabilidad: orígenes, teorías y definiciones.*
https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/824
- Contreras, C.F y Matos, U.F.F. (2015). *Gestión estratégica en unidades de información: planeamiento,* primera edición
<http://eprints.rclis.org/24627/1/GESTION%20ESTRATEGICA.PLANEA MIENTO.pdf>
- Colmont, V.M.F. y Landaburu, T.E.B. (2014). *Planeamiento estratégico de marketing para el mejoramiento de las ventas de la empresa Mizpa S.A. (tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador Base de datos repositorio.* <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6149>
- Chiavenato, I. y Sapiro, A. (2017). *Planeación Estratégica, fundamentos y aplicaciones.* Tercera edición MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- Cruz, F.R.E., Cubias, A.J.T. y Hernández, B.C.M. (2015). *plan estratégico de mercadeo para potenciar las ventas de servicios de transporte de carga en la mediana empresa “Transportes Ricardo Ballesteros, S.A. de C.V.”, ubicada en el municipio de San Pedro Perulapán, departamento de cuscatlán. (tesis de pregrado, Universidad de el Salvador. Base de datos repositorio.* <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/7868/>
- David, F.R. (2013). *conceptos de administración estratégica.* Décimo cuarta edición, Pearson Educación, México, 2013.
- D’Alessio, I.F.A. (2008). *El proceso estratégico: un enfoque de gerencia.* Primera edición, Pearson Educación de México S.A. De C.V., 2008.
- Escudero, S. C.L. y Cortez. S.L.A. (2018) *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodoscualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf>
- Fajardo, R.E. (2011). *Planificación estratégica integral de la asociación de mujeres combatientes de la parroquia san Pablo de Shaglli (tesis de para*

- obtener el grado de Magister, Universidad de Machala. Base de datos repositorio. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/3079>
- Fernández, M.F.A. (2017). *Repensar el liderazgo estratégico de la visión*.
- García, R.L.Y (2014). *Liquidez y rentabilidad como factor determinante en el éxito de las empresas (tesis de pre grado, Universidad de San Buenaventura, Cartagena*. Base de datos repositorio. [http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/2235/1/Liquidez%20y%20rentabilidad%20como%20factor%20Lizeth%20Garc%C3%ADa%20Restrepo USBCTG 2014.pdf](http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/2235/1/Liquidez%20y%20rentabilidad%20como%20factor%20Lizeth%20Garc%C3%ADa%20Restrepo%20USBCTG%202014.pdf)
- Goodstein, L.D, Nolan, T.M. y Pfeiffer, J.W (1998). *Planeación estratégica aplicada*. Primera edición, McGRAW-HILL INTERAMERICANA S.A.
- Fajardo, R.E. (2011). *Planificación estratégica integral de la asociación de mujeres combatientes de la parroquia san Pablo de Shaglli (tesis de para obtener el grado de Magister, Universidad de Machala*. Base de datos repositorio. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/3079>
- Ibarra, G.N. (2014). *Plan estratégico para el restaurante Luna Bruja en la Paz, B.C.S. (tesis para obtener el grado de maestría, Instituto tecnológico de la paz*. <http://posgrado.lapaz.tecnm.mx/uploads/archivos/55f1e400465ef.pdf>
- Javier, V.E. (2018). *Planificación estratégica y su influencia en la rentabilidad de las MYPES de CC. Chacarilla, Surco, 2018 (tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo*. Base de datos repositorio. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/24778>.
- Jaramillo, A.M.A. y Gonzales, A.S. (2015). *Planificación estratégica para la empresa de transportes el Dorado S.A.S. (monografía para obtener el grado de especialista en evaluación y gerencia de proyectos, Universidad Industrial de Santander*. <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2015/159987.pdf>
- Lizcano, A.J. (2004). *Rentabilidad empresarial propuesta practica de análisis y evaluación*. <https://docdownload.net/page.php?title=Rentabilidad%20Empresarial>.

[%20Propuesta%20Pr%C3%A1ctica%20de%20An%C3%A1lisis%20y%20Evaluaci%C3%B3n.%20Jes%C3%BA%20Lizcano%20A.\(111\)&doc=rentabilidad_empresaial._propuesta&user=victore.cardozodelgado&id=170313031858b62af2e858629c3eb552a7c49bdecefa&count=111](https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23418)

Marchena, S.L.A. (2018). *Plan estratégico para mejorar la rentabilidad en la empresa de transportes Felipe J. Huanca Alvites E.I.R.L. de la Provincia Constitucional del Callao año 2016*” (tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo. Base de datos repositorio. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23418>

Martínez, P.D. y Milla. G.A (2012). *Elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*, primera edición https://books.google.com.pe/books?id=WnHYrdqYGmcC&printsec=frontcover&hl=es&authuser=0&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.

Neira, L.J.G. y Tenelema. P.C.E. (2017). *Plan estratégico para la empresa serviexpress dedicada al servicio técnico automotriz en la ciudad de Guayaquil* (tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil. Base de datos repositorio. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/reduq/16835>

Ore, H, Olortegui, E. y Ponce, D. (2020). *Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas*. <https://doi.org/10.37787/pakamuros-unj.v8i4.147>

Palacios, A.L.C. (2016). *Dirección estratégica*. Segunda edición, Bogotá: Ecoe Ediciones, 2016.

Padilla, R.E. (2019). *Planeamiento estratégico y gestión empresarial en una consultora de servicios de tecnologías de la información, San Isidro, 2019* (tesis para obtener el grado de magister, Universidad Cesar Vallejo. Base de datos repositorio. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/36189>

Pérez, C.F.D. (2018). *Propuesta de un plan estratégico para incrementar la rentabilidad de la empresa Inversiones Ximena Y Jeysson S.A.C., Chiclayo – 2017*. (tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán. Base

de datos repositorio.

<http://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/5377>

Sainz, D.V.A.J.M. (2015). *El plan estratégico en la práctica*, cuarta edición https://books.google.com.pe/books?id=blh5CgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&authuser=0&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Santos, G.C.E. (2016). *Propuesta de un plan estratégico para mejorar la rentabilidad de la empresa de Transportes Ave Fénix S.A.C.* (tesis de grado de maestría, Universidad Nacional de Trujillo. Base de datos repositorio. <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/7816>

Sánchez, B.J.P. (2002). *Análisis de rentabilidad de la empresa.* <http://www.5campus.com/leccion/anarenta>

Sánchez, M.B. (2015). *Diseño de un plan estratégico de marketing para mejorar la rentabilidad de la empresa estudio Teade Cía. LTDA. Durante el año 2015* (tesis de pregrado, Universidad Pontificia Universidad Católica de Ecuador. Base de datos repositorio. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10633>

Santisteban, Z.E., Fuentes, F.V.G., Leyva, C.E., Lozada, N.D. y Cantero, C.H. (2012). *Análisis de la rentabilidad económica. Tecnología propuesta para incrementar la eficiencia empresarial.* https://books.google.com.pe/books?id=33n1DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&authuser=0&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Santi, M.F. (2016). *Controversias éticas en torno a la privacidad, la confidencialidad y el anonimato en investigación social* <https://doi.org/10.1344/rbd2016.37.16147>

Sarduy, D.Y. (2006). *El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa* <https://www.scielo.org/article/rcsp/2007.v33n3/10.1590/S086434662007000300020/es/>

- Torres, H.Z. (2014). *Administración estratégica*, primera edición Grupo Editorial Patria, S.A. DE C.V. https://books.google.com.ec/books?id=NNThBAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Tamayo, T.M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. Tercera reimpresión de la cuarta edición, Editorial Limusa S.A. de C.V.
- Urpeque, N.J.I.A (2014). *Análisis del Incremento de la rentabilidad para la adopción de tecnología en la asociación de turismo y artesanía Sicán de Pomac III Pitipo” (tesis de pregrado, Universidad católica Santo Toribio de Mogrovejo. Base de datos repositorio. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/207>*
- Vergara, CH.C.Y. (2014). *capacitación y rentabilidad de las MYPE comerciales – rubro librería de la ciudad de Piura, periodo 2012 (tesis para obtener el pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Base de datos repositorio. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/43>*
- Vicente, A.K.M (2018). *Plan estratégico y rentabilidad de la empresa CAPEDU PERU SAC, en San Juan de Lurigancho, 2018” (tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo. Base de datos repositorio. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/24578>*
- Wong, A.L.S (2018). *Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C., Tarapoto (tesis de para optar el grado académico de maestro, Universidad Cesar Vallejo. Base de datos repositorio. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/30416>*
- Wheelen, T.L. y Hunger, J.D (2007). *Administración estratégica y políticas de negocios*. décima edición, PEARSON EDUCACIÓN, México, 2007.
- Zamora, T.A.I. (2008). *Rentabilidad y ventaja comparativa: un análisis de los sistemas de producción de guayaba en el estado de Michoacán (tesis para obtener el grado de maestría, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Base de datos repositorio. http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/handle/DGB_UMICH/9*

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de consistencia

| Problema | Objetivos | Hipótesis | Variables | Dimensiones | Indicadores |
|---|--|---|--------------------------|-------------------------------|---|
| Problema general: | Objetivo general | Hipótesis general | | | |
| ¿De qué manera el Plan Estratégico se relaciona con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021? | Determinar de qué manera el Plan Estratégico se relaciona con la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021 | se relaciona el Plan Estratégico y la Rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021 | Planeamiento Estratégico | Formulación | Visión Misión Intereses Organizacionales valores Factores Externos Factores Internos Objetivos a largo plazo Selección Sector Industrial Estrategia Competidores Estructura Organizacional |
| | Objetivos específicos | Hipótesis específicas | | | |
| | determinar de qué manera la formulación se relaciona con la rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021 | se relaciona la formulación y la rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021 | | Implementación | política recursos motivación responsabilidad social medio ambiente |
| | determinar de qué manera la implementación se relaciona con la rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021 | se relaciona la implementación y la rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021 | | Evaluación y Control Ingresos | Control Externo Control Interno Control de desempeño Acciones correctivas Ventas Gastos Liquidez Solvencia Presupuesto |
| | determinar de qué manera la evaluación y control se relaciona con la rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021 | se relaciona la evaluación y control con la rentabilidad de la Empresa Ju & Emsa Transportes Perú S.A.C. Lima, 2021 | Rentabilidad | Inversión | Crecimiento |

Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario de opinión plan estratégico

A continuación, encontrará el cuestionario de plan estratégico, con fines propiamente de investigación académica; léalo con atención y califique marcando; la opción que considere que se adecúa mejor a su percepción. la información será totalmente anónima y confidencial, por lo que agradecemos que conteste honestamente, teniendo en cuenta la siguiente escala: (1) nunca, (2) casi nunca, (3) algunas veces, (4) casi siempre y (5) siempre.

| N° | ÍTEMES | NUNCA | CASI NUNCA | ALGUNAS VECES | CASI SIEMPRE | SIEMPRE |
|-----------------------|--|-------|------------|---------------|--------------|---------|
| Formulación | | | | | | |
| 1 | Se establecen los proyectos de acuerdo a la visión de la empresa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | Se realizan las actividades de acuerdo a la misión de la empresa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | Se cumplen con los objetivos laborales | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | Se promueve las opiniones de los empleados al momento de la toma de decisiones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | Se fomentan los valores dentro del área donde labora | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | La empresa reconoce cuáles son sus competidores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 | Los servicios que ofrece la empresa se diferencian con los de la competencia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8 | El liderazgo es un atributo de su jefe a la hora de organizar un plan de trabajo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9 | Los objetivos a largo plazo impuesto por la empresa, son guías para los trabajadores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10 | Las áreas de trabajo cuentan con el personal adecuado para las diferentes funciones que exige el cargo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11 | Considera que el trabajo que realiza pertenece al sector donde la empresa se encuentra | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12 | La empresa fortalece sus oportunidades y reduce debilidades | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13 | El surgimiento de competidores, ha disminuido el trabajo en las áreas de marketing y ventas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14 | La organización del área contribuye a la mejora de su trabajo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Implementación | | | | | | |
| 15 | Considera que en la empresa se imparte la información de plan estratégico a todas las áreas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16 | La empresa cuenta con una política escrita y conocida por la organización | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17 | Está de acuerdo con la siguiente expresión: el área de ventas cuenta con recursos suficientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18 | Usted cuenta con un asistente de apoyo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19 | Se evalúa al personal de acuerdo a su desempeño | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20 | Con que frecuencia se fomentan actividades de apoyo a la comunidad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|----------------------|--|---|---|---|---|---|
| 21 | Con que frecuencia se fomenta el cuidado del medio ambiente dentro de su empresa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Evaluación y Control | | | | | | |
| 22 | Antes de iniciar un proyecto se evalúa a la demanda | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 23 | Se capacita al personal sobre cada proyecto que se va a iniciar | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 24 | Con que frecuencia se supervisan sus labores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 25 | Con que frecuencia el plan de contingencia ayuda a resolver problemas de atención al cliente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 26 | La empresa maneja un programa de bonificaciones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 27 | La empresa cumple con las capacitaciones para mejora de las ventas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 28 | La empresa tiene sistema de evaluación de calidad de atención y tiempo de llamada | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 29 | Con que frecuencia al terminar cada proyecto se realiza la retroalimentación | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 30 | Con que frecuencia se toma las medidas del caso frente a la falta de personal | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Anexo 3.

FICHA TÉCNICA EL CUESTIONARIO DE VICENTE

1. Datos generales

Título original: Plan estratégico y rentabilidad de la empresa CAPEDU PERU SAC, en San Juan de Lurigancho, 2018

Autora: Katia Magaly Vicente Auris

Año de publicación del cuestionario original: 2018

Procedencia: Perú

2. Administración

Edades de aplicación: 30 trabajadores del área de las áreas de administración, marketing, coordinación y ventas de la empresa CAPEDU PERU SAC.

Tiempo de aplicación: Aproximadamente 20 a 30 minutos.

Aspecto que evalúa: evalúa de manera directa el plan estratégico y sus tres dimensiones:

- Formulación
- Implementación
- Evaluación y control

3. Validez y confiabilidad del instrumento

Vicente (2018) realizó la validez y la confiabilidad con 30 colaboradores de la empresa CAPEDU S.A.C a través de un estadístico, el instrumento presenta confiabilidad de 0.813 según Alfa de Crobach; se determinó 30 ítems para la versión final del Instrumento, en él se determinan las correlaciones positivas y significativas confirmando la validez del instrumento.

4. Descripción del instrumento

El cuestionario consta de 30 ítems que corresponde a las tres dimensiones:

- Formulación: 14 ítems con las preguntas del 1 al 14

- Implementación: 7 ítems con las preguntas del 15 al 21
- Evaluación y control: 9 ítems con las preguntas del 22 al 30

Los ítems son medidos a través de la escala de Likert, con cinco categorías: (1) es Nunca, (2) Casi Nunca, (3) Algunas veces, (4) Casi Siempre y (5) siempre.

Baremo del cuestionario de planeamiento Estratégico:

Malo: 30-69

Regular: 70-110

Bueno: 111-150

Baremo del cuestionario de planeamiento estratégico por dimensiones:

Formulación: Malo: 14 -32; Regular 33 -51; Bueno: 52 -70

Implementación Malo: 7 -16; Regular: 17 -25; Bueno: 26 -35

Evaluación y Control: Malo: 9 -20; Regular: 21-33; Bueno: 34 -45

Anexo 4. Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario de opinión rentabilidad

A continuación, encontrará el cuestionario de rentabilidad, con fines propiamente de investigación académica; léalo con atención y califique marcando; la opción que considere que se adecúa mejor a su percepción. la información será totalmente anónima y confidencial, por lo que agradecemos que conteste honestamente, teniendo en cuenta la siguiente escala: (1) nunca, (2) casi nunca, (3) a veces, (4) casi siempre y (5) siempre.

| N° | ÍTEMS | NUNCA | CASI NUNCA | A VECES | CASI SIEMPRE | SIEMPRE |
|------------------|---|-------|------------|---------|--------------|---------|
| Ingresos | | | | | | |
| 1 | ¿Realiza usted proyecciones de ventas? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | ¿La empresa genera utilidades? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | ¿La empresa realiza arqueos de caja ordinarios? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | ¿Usted realiza proyecciones de compra de materias primas? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | ¿Conoce usted sus gastos de operaciones en el mes? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | ¿Su empresa cuenta con caja chica? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 | ¿La materia prima lo adquiere con pago al contado? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8 | ¿La empresa lleva la contabilidad financiera? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9 | ¿Su empresa cubre obligaciones pendientes con dinero provenientes de terceros? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10 | ¿Usted elabora un presupuesto por áreas en la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11 | ¿Considera usted que el presupuesto es importante para el desarrollo de su empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inversión | | | | | | |
| 12 | ¿Usted considera que su empresa ha ido creciendo progresivamente desde el momento en el que se fundó? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13 | ¿Usted considera que ya ha recuperado el capital que invirtió para formar su empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Anexo 5.

FICHA TÉCNICA EL CUESTIONARIO DE JAVIER

1. Datos generales

Título original: Planificación estratégica y su influencia en la rentabilidad de las Mypes del C.C. Chacarilla, Surco, 2018

Autora: Eremi Javier Valerio

Año de publicación del cuestionario original: 2018

Procedencia: Perú

2. Administración

Edades de aplicación: 33 dueños de las MYPES del C.C. Chacarilla, surco 2018

Tiempo de aplicación: Aproximadamente 20 a 30 minutos.

Aspecto que evalúa: evalúa de manera directa la Rentabilidad y sus dos dimensiones:

- Ingresos
- Inversión

3. Validez y confiabilidad del instrumento

Javier (2018) realizó la validez y la confiabilidad con 33 dueños de las MYPES del C.C. Chacarilla, surco 2018, a través de un estadístico, el instrumento presenta confiabilidad de 0,981 con la técnica el Alfa de Crobach; se determinó 13 ítems para la versión final del Instrumento, en él se determinan las correlaciones positivas y significativas confirmando la validez del instrumento.

4. Descripción del instrumento

El cuestionario consta de 13 ítems que corresponde a las dos dimensiones:

- Ingresos: 11 ítems con las preguntas del 1 al 11
- Inversión: 2 ítems con las preguntas del 12 al 13

Los ítems son medidos a través de la escala de Likert, con cinco categorías: (1) es Nunca, (2) Casi Nunca, (3) A veces, (4) Casi Siempre y (5) siempre.

Baremo del cuestionario de rentabilidad:

Malo: 13 -30

Regular: 31 - 47

Bueno: 48 - 65

Baremo del cuestionario de rentabilidad por dimensiones:

Ingresos: Malo: 11 – 25; Regular 26 – 40; Bueno: 41– 55

Inversión: 2 – 4; Regular: 5 – 7; Bueno: 8 – 10

Anexo 6. Base de datos

V1. Plan Estrategico

| Nº | D1: Formulación | | | | | | | | | | | | | | D2: Implementación | | | | | | | D3: Evaluación y Control | | | | | | | D1 | D2 | D3 | V1 | | |
|----|-----------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|----|----|-----|-----|-----|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | P19 | P20 | P21 | P22 | P23 | P24 | P25 | P26 | P27 | P28 | | | | | P29 | P30 |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 67 | 27 | 35 | 129 | |
| 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 54 | 25 | 36 | 115 | |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 55 | 33 | 40 | 128 | |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 65 | 32 | 40 | 137 | |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 63 | 27 | 36 | 126 | |
| 6 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 1 | 3 | 1 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 59 | 20 | 29 | 108 | |
| 7 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 63 | 30 | 38 | 131 | |
| 8 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 55 | 28 | 35 | 118 | | |
| 9 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 63 | 31 | 37 | 131 | |
| 10 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 47 | 24 | 32 | 103 | | |
| 11 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 58 | 32 | 36 | 126 | |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 56 | 22 | 30 | 108 | |
| 13 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 31 | 12 | 18 | 61 |
| 14 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 34 | 12 | 13 | 59 |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 32 | 10 | 18 | 60 |
| 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 1 | 4 | 2 | 5 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 42 | 21 | 26 | 89 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 1 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 57 | 20 | 29 | 106 | |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 57 | 20 | 25 | 102 | |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 52 | 22 | 24 | 98 | |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 50 | 18 | 24 | 92 | |

Anexo 7. Base de datos

V2. Rentabilidad

| Nº | D1: Ingresos | | | | | | | | | | | D2: Inversion | | D1 | D2 | V2 |
|----|--------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|---------------|-----|----|----|----|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | | | |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 51 | 10 | 61 |
| 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 | 10 | 60 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 52 | 9 | 61 |
| 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 49 | 10 | 59 |
| 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 1 | 1 | 5 | 3 | 3 | 32 | 6 | 38 |
| 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 50 | 10 | 60 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 | 10 | 60 |
| 8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 | 10 | 60 |
| 9 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 37 | 5 | 42 |
| 10 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 51 | 9 | 60 |
| 11 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 45 | 7 | 52 |
| 12 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 44 | 9 | 53 |
| 13 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 15 | 4 | 19 |
| 14 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 3 | 1 | 18 | 4 | 22 |
| 15 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 | 19 | 3 | 22 |
| 16 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 | 10 | 52 |
| 17 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 45 | 10 | 55 |
| 18 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 1 | 5 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 37 | 8 | 45 |
| 19 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 33 | 10 | 43 |
| 20 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 5 | 5 | 1 | 3 | 5 | 5 | 5 | 38 | 10 | 48 |

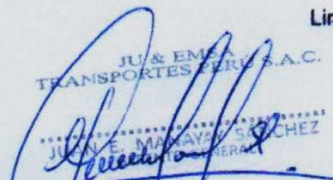
Anexo 8. Consentimiento informado

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACION PARA EFECTOS DE INVESTIGACION

Yo Juan Ernesto Manayay Sánchez, identificado con DNI N° 41200660, como gerente general de la empresa **JU & EMSA TRANSPORTES PERU S.A.C.** con R.U.C 20555391979, domiciliada en Av. Guardia Civil mza. M lote. 09 dpto. 207 Urb. La Campiña (Bloque B cdra. 05) Lima – Lima - Chorrillos **AUTORIZO** el uso de la información siguiente: realizar la aplicación de encuesta a través de cuestionarios a los trabajadores de las áreas de gerencia, administración, contabilidad, logística, recursos humanos, mantenimiento y operaciones; a la señora Liliana Melina Esquén Ordoñez, Identificada con (DNI) N° 45617181, bachiller de la Carrera Profesional de Contabilidad, con la finalidad de que pueda desarrollar su tesis; considerando que:

- Puede mencionar el nombre de la empresa (x) o;
- Debe mantener en estricta reserva el nombre comercial, razón social o cualquier logotipo de la empresa ().

Lima, 07 de febrero del 2021


JU & EMSA
TRANSPORTES PERU S.A.C.
.....
JUAN E. MANAYAY SANCHEZ
.....
GERENTE GENERAL

Firma y sello del Representante legal o
directivo de la empresa
Fecha: 07-02-2021
DNI: 41200660

Yo Liliana Melina Esquén Ordoñez bachiller de la Carrera Profesional de Contabilidad declaro que los datos emitidos en esta carta son auténticos y no han sido falseados, de lo contrario acepto ser sometido al procedimiento disciplinario correspondiente tanto a nivel de mi universidad como de la empresa.


Firma Bachiller
Fecha: 07-02-2021
DNI: 45617181